

ESPECIAL Educación Ejecutiva

La apuesta de las principales escuelas de negocio para adecuar su oferta al cambiante entorno global y de mercado (p. 17)



► ALICORP

La nueva ecuación regional de la empresa del Grupo Romero (p. 32)

► COMPETITIVIDAD

El encarecimiento que vive el Perú frente a sus pares regionales (p. 14)

ACUERDOS GOBIERNO A GOBIERNO

La historia del ocaso del G2G

El G2G de PMO Vías, fruto del acuerdo entre el Perú y Francia, no sería el único que el Ejecutivo buscaría dejar sin efecto. La decisión sería transferir más megaproyectos, como Chavimochic o Majes Sigüas, al modelo de Asociación Público-Privada. Lo que abriría la puerta a una ola de onerosos arbitrajes contra el Estado. (p. 12)



CRECEMOS PARA PROTEGER LO QUE MÁS VALORAS

Somos una compañía de seguros de vida y pensiones con **18 años de trayectoria** en el mercado peruano.

Hoy, contamos **con el respaldo del grupo financiero BICE**, lo que refuerza nuestra solidez y potencia nuestra capacidad para seguir construyendo una propuesta de valor más robusta para nuestros clientes.

SOLIDEZ QUE SE DEMUESTRA EN CIFRAS (PERIODO 2025)

Activos S/ 5,070 MM	Patrimonio S/ 425 MM	Primas S/ 833 MM
--------------------------------------	---------------------------------------	-----------------------------------

PARTE DE UN GRUPO FINANCIERO SÓLIDO: ≡ **BICE**

+DE 47 AÑOS de experiencia en el mercado	USD 37,000 millones en activos administrados	+DE 6,600 colaboradores a nivel regional
---	---	---

+DE 20
compañías
especializadas

+DE 2.4
millones
de clientes

NUESTRA CULTURA TAMBIÉN ES RECONOCIDA

 **6 AÑOS**
consecutivos en el ranking de
Great Place to Work (GPTW)



PROTECTA

security

de BICE

COMPAÑÍA DE SEGUROS

8 AÑOS SIENDO PROTAGONISTAS

EN RENTAS VITALICIAS:

N° 1

en preferencia de los clientes y 2° en primas facturadas en 2025.

CONOCE MÁS:



CRECEMOS PORQUE
CONFÍAN EN NOSOTROS:

+ DE 1,300

nuevos clientes en 2025

S/203 MM

en facturación

1 DE CADA 3

clientes de Rentas Vitalicias
nos elige*

7 DE CADA 10

de nuestros clientes
nos recomienda**

Récord de ventas en
Rentas Privadas, generando

+ DE S/505 MM

en nuevas primas

+ DE 1,200

nuevos clientes en el 2025
en rentas privadas

Fuente:

*Meler

**Estudio de Relacionamiento IZO 2025

SE Índice

8 de febrero del 2026 | Año XL | No SE 1997

LA VOZ DE SE La decisión del gobierno peruano de resolver el contrato G2G de PMO Vías constituye un nuevo atropello contra la seguridad jurídica. 8

VOCES Y OPINIONES Javier Ichazo, CEO de Mibanco y líder de Microfinanzas de Credicorp 11

SE DESTACA La cancelación del acuerdo de Gobierno a Gobierno de PMO Vías respondería a un afán del Ejecutivo por llevar distintos megaproyectos a APP. 12

SE DESTACA El Perú se percibe más caro respecto a otros destinos y economías de la región, un cambio que ya pesa sobre la competitividad de diversos sectores. 14



ESPECIAL Las universidades y escuelas de negocios pisan el acelerador para adaptarse a un mercado más cambiante. 17

Sectores y Empresas

CONSUMO MASIVO Tras la huella regional de Alicorp 32

GASTRONOMÍA Segundo muelle: "En noviembre tendremos el primer local en EE.UU." 34

ENTRETENIMIENTO Rooftop en recuperación 34

INFRAESTRUCTURA ¿Y si transformamos el Perú? 35

INDUSTRIA Promesa pendiente 35

STARTUPS En la mira: Quempin 36

Economía y Finanzas

RENTA FIJA Buen augurio para la deuda soberana 38

RIESGO SOBERANO S&P Global: "Nuestro escenario base considera consolidación fiscal" 39

RIESGO SOBERANO Moody's: "La incertidumbre política ya está empezando a pesar" 39

COMMODITIES Más allá de la corrección 42

MICROFINANZAS Optimismo escolar 42

FINANCIAL TIMES ¿Qué les espera a la Reserva Federal con Kevin Warsh? 44

Management

TALENTO La incipiente apuesta por la diversidad 44

TECNOLOGÍA Cultura y criterio: la base de toda estrategia 45

Legal y Política

INDECOPI En busca de la competencia desleal 48

LABORAL Pase directo a Sunafil 49

COMPETENCIA Un nuevo estándar *antidumping* 49

IT'S A **LEXUS** SUMMER

IT'S A GX LIFE



Conoce más aquí



VISÍTANOS EN:

LEXUS STORE
MIRAFLORES

Av. Comandante
Espinar 428

LEXUS STORE
LA MOLINA

Av. Javier Prado
Este 6038

**BOULEVARD
DE ASIA**

con estacionamiento
VIP

www.lexusperu.com.pe



Revistas.PeruRadio.net.pe

Movidas



MARU ESCOBEDO asumirá como presidenta y CEO de BMW Group Latinoamérica. Desde ese cargo supervisará las operaciones en 27 países; entre ellos, Perú. Hasta ahora se desempeñaba como presidenta y CEO de BMW Group Brasil.



CÉSAR ANDRADE es el nuevo gerente general de Banco Ripley Perú. Previamente, fue vicepresidente ejecutivo de *Retail* y Canales en Interbank, cargo que ocupó entre 2022 y 2024.



LORENA ROJAS es la nueva gerenta general de Tata Consultancy Services (TCS) Perú, compañía de la que forma parte desde hace seis años.



SALOMÓN NIEGO fue designado como presidente del directorio de Expertia Travel. Tiene más de 40 años de experiencia en Condor Travel, donde se desempeñó como CEO y director ejecutivo.



EDUARDO DANCOURT, director general de Prosegur Cash, incorporó a sus funciones el liderazgo de las operaciones del negocio en Chile y Ecuador. Lleva 13 años vinculado a la compañía y en los últimos seis estuvo al frente de la operación en el Perú.



ALONSO MUJICA fue designado como *managing director* de Kualí, empresa de Cornerstone. Cuenta con más de 15 años de experiencia en ventas, *marketing* y desarrollo de productos y servicios tecnológicos en marcas como Samsung y Lenovo.



JAVIER MURO, ejecutivo con más de 25 años de trayectoria en el sector energético, es el nuevo gerente comercial de Pluz Energía. **OSCAR PINILLOS**, por su parte, asumirá como gerente de auditoría de la misma empresa.



SEMANA económica



Número SE 1997

Lima, 8 de febrero del 2026

DIRECTOR Y GERENTE DE CONTENIDOS / Diego Chirinos Cané

EDITORES / Juan Rosales Arenas y Jaime Cordero

EDITOR WEB / Iván Álvarez

ANALISTA SENIOR / Marco Alva Pino, Alessandra Saavedra U., Junior Miani, Jonathan Terranova V., Edward Abarca.

ANALISTAS / Claudia Gutiérrez Coveñas, Tamara Ojeda Tarrillo, Susana Condado Trelles.

COMMUNITY MANAGER / Diana Yong

EDITORIA GRÁFICA / Martha Rodríguez Salazar

DISEÑO E INFOGRAFÍA / André Bedregal, Rubén Morales

FOTOGRAFÍA / Julio Cabana

COORDINADOR AUDIOVISUAL / Italo Bernal Sanchez

REALIZADOR AUDIOVISUAL / Héctor Castillo

GERENTE GENERAL / Ernesto Ferrini

GERENTE COMERCIAL CORPORATIVO / María Claudia Díaz Dulanto

JEFE DE CONTENT LAB / Eduardo Prado Estrella

JEFE DE MARKETING DIGITAL / Luis José Malásquez Lévano

EDITORIA DE NUEVOS PRODUCTOS / Jenny Varillas Paz

EDITOR DE ARTE / Rafael Torres M.Q.

ANALISTA DEL CONTENT LAB / Silvana Granda Vega

JEFE DE CALL CENTER / Martín Bringas

JEFE DE ADMINISTRACIÓN, TESORERÍA Y CONTABILIDAD / Rosmery de la Torre

PUBLICIDAD / Graciela Escobal, Ana Reyes, Malú Pérez

WEB TRAFFICKER / Mario Popuche

TELEMARKETING / Silvana Pulisci, Beatriz Díaz, Marcos Gonzalez

ADMINISTRACIÓN / Isela Vidalón, Peggy Yamashita, Victoria Albán

DISEÑO / Circle (Londres)

FOTOS INTERIORES / Getty Images, iStock, Andina, Presidencia



OFICINA DE REDACCIÓN / Av. Canaval y Moreyra 340 Piso 13, Lima 27, Perú

TELÉFONO / 213-0600

FAX / 444-5240

IMPRESIÓN / Industria Gráfica Cimagraf S.A.C.

Pasaje Santa Rosa 140, Ate, Lima, Perú

DEPÓSITO LEGAL / 150105-95-0204

RUC / 20260510887

©Perú Económico S.A. Derechos reservados

SE SEMANA
económica

El texto del Código de Ética de esta casa editora está disponible en:
<https://semanaeconomica.com/etica>



Prudential SAF

En la pista como en tus inversiones, :: ::
LOS QUE SABEN SE QUEDAN
CON LA MEJOR ESCUDERÍA

**JUAN
FOSSAROLI**

Relator de
Automovilismo

*Elige invertir con Prudential SAF,
expertos en inversiones.*

Somos parte del Grupo Habitat,
*que cuenta con el respaldo de Prudential,
sólida multinacional con:*

**150 AÑOS
DE TRAYECTORIA**

**MÁS DE 50 MILLONES
DE CLIENTES**

**PRESENCIA EN
50 PAÍSES**

Conoce nuestros
fondos mutuos en:



UN PAÍS SIN GARANTÍAS

El gobierno del presidente José Jerí sólo tenía el encargo de garantizar elecciones libres y una relativa estabilidad. En lugar de ello, acaba de consumir un nuevo atropello contra la seguridad jurídica que tanto requieren las inversiones.

El Estado peruano acaba de consumir un nuevo atropello contra la seguridad jurídica. De manera inexplicable, el gobierno del presidente José Jerí, a través de Provías Nacional, entidad adscrita al Ministerio de Transportes y Comunicaciones, resolvió el contrato de Gobierno a Gobierno (G2G) de PMO Vías. Esta última era la encargada de brindar asistencia técnica para el desarrollo de la Nueva Carretera Central, el Puente Santa Rosa y la Vía Expresa Santa Rosa, siendo los dos últimos fundamentales para asegurar la conectividad con el nuevo Aeropuerto Internacional Jorge Chávez.

La súbita decisión del Ejecutivo confirma que la capacidad para ofrecer garantías a la inversión sigue en franco y acelerado deterioro en nuestro país. El gobierno ya le había puesto el ojo al acuerdo G2G con el gobierno de Francia desde hace varias semanas. Argumentando que la caja fiscal no podía financiar un proyecto

como el de la Nueva Carretera Central —el costo inicial se estimaba en S/11,000 millones, pero ahora se calcula en S/24,000 millones—, la ministra de Economía y Finanzas, Denisse Miralles anunció que pondría sobre la mesa una propuesta de renegociación del contrato con PMO Vías. En ese caso, lo que hubiera sido razonable es que ambas partes encuentren una solución dentro de los mecanismos previstos por el contrato. Pero el gobierno, de manera unilateral, decidió patear el tablero.

El martes 3 de febrero, Provías Nacional remitió una carta a PMO Vías en la que le comunicó que el contrato había quedado resuelto en virtud de la cláusula anticorrupción prevista en el mismo. Alegó que una filial de Egis, la compañía que firmó el contrato en representación del Estado francés, había reconocido actos de corrupción en Panamá ante un tribunal en París. La excusa que ha empleado Provías, y que tomó como base un informe de la Defen-



soría del Pueblo, no luce del todo convincente. Como señalamos en el informe de portada de esta edición, se trata de hechos que no están vinculados con la operación en el Perú. Parece muy difícil que una tesis tan débil pueda ser defendida con suficiente solvencia en un potencial arbitraje, cuya etapa previa ya fue activada por PMO Vías, al solicitar el inicio de un trato directo a Provías Nacional.

La nefasta decisión del gobierno del presidente Jerí se suma a los actos de hostilidad de la Municipalidad de Lima y a las cuestionables decisiones del Tribunal Constitucional que originaron la salida de Rutas de Lima hace algunos meses. La actual administración gubernamental tenía como única misión combatir el flagelo de la criminalidad y garantizar una meridiana estabilidad en el país. Con lo ocurrido la semana pasada, es evidente que el fracaso en este último punto es mayúsculo y que el Ejecutivo repara en cometer una torpeza tras otra.

A la decisión de resolver el contrato con un argumento enclenque le siguió la aparición de comunicados y voceros en medios de comunicación que intentaron vender la idea de que el acuerdo G2G con Francia sigue en pie, y que sólo se ha cancelado la asistencia técnica de PMO Vías. Apenas se ha escrito el primer capítulo de esta historia. Ojalá que los siguientes episodios no revelen actos que vayan más allá de la simple ineptitud. ■

Esta nefasta decisión se suma a los actos de hostilidad del municipio limeño y a cuestionables decisiones del TC en el caso Rutas de Lima

HABITAT, MEJOR AFP DEL PERÚ 2025

Reconocidos por World Finance,
una prestigiosa publicación
financiera que distingue a
líderes globales.

*Este reconocimiento refuerza
nuestro compromiso con
una gestión responsable,
consistente y de largo plazo
para nuestros afiliados.*

*Tu futuro es nuestro
trabajo diario.*

**FERNANDO
TORNELLO**
RELATOR DE
AUTOMOVILISMO



Qué Pasó



1 CONTROVERSIA. El gobierno resolvió unilateralmente el acuerdo gobierno a gobierno (G2G) entre Perú y Francia para la Nueva Carretera Central, la Vía Expresa Santa Rosa y el puente Santa Rosa. Sin embargo, horas después, el MTC afirmó que el memorando de entendimiento con Francia sigue vigente, y señaló que Provías Nacional sólo resolvió el contrato con PMO Vías. Provías Nacional había sustentado su decisión en oficios internos que citaban actos de corrupción reconocidos por Egis Avia en Francia, activando la cláusula anticorrupción. PMO Vías rechazó los cargos y advirtió posibles acciones legales.

2 ADVERTENCIA. Julio Velarde, presidente del BCR, advirtió que las propuestas políticas para usar las reservas internacionales desconocen su composición y pueden debilitar el respaldo financiero del país, ya que una parte relevante corresponde a encajes bancarios y ahorros del Estado, no al banco central. Alertó que disponer de estos recursos podría llevar a una situación fiscal y macroeconómica difícil. Por otra parte, la Encuesta de Expectativas Macroeconómicas del BCR mostró que en enero la mayoría de indicadores mejoró, con 16 de 18 en el tramo optimista.

3 HITO. Las exportaciones peruanas marcaron un récord histórico en 2025 al sumar US\$90,082 millones, superando por primera vez la barrera de los US\$90,000 millones y creciendo 21% frente al 2024. Con este resultado, Perú se consolidó como el cuarto exportador de América Latina,

desplazando a Argentina. El sector tradicional explicó la mayor parte del avance, con envíos por US\$66,608 millones (73.9% del total), impulsados por la minería; mientras que el sector no tradicional totalizó US\$23,474 millones (26.1%).

4 SANCIÓN. Real Plaza fue multada con 1,447.5 UIT (casi S/8 millones) por Indecopi La Libertad debido a deficiencias en medidas preventivas y en la atención a las víctimas tras el colapso del techo de su mall en Trujillo, que dejó seis fallecidos. La resolución también impuso una sanción de casi S/2.5 millones a otra empresa de Intercorp y multas individuales de S/10,000 a los gerentes Misael Shimizu y Luis Santa María. La empresa rechazó los cargos, aseguró que brindó atención médica y que ya firmó acuerdos de compensación con casi todos los afectados. Cuestionó las conclusiones de Indecopi y anunció que apelará.

5 FALLO. El Poder Judicial declaró fundada, en primera instancia, la acción de amparo presentada por Cosco Shipping Ports Chancay Perú y ordenó a Ositrán abstenerse de regular, supervisar o fiscalizar las operaciones del Puerto de Chancay. El fallo señala que se trata de una infraestructura privada, financiada íntegramente con capital privado y sin concesión estatal, por lo que el regulador no tiene competencia. Sólo se admitió una eventual fijación tarifaria, previa decisión firme de Indecopi sobre ausencia de competencia. La sentencia también deja sin efecto, para este caso, resoluciones y normas de Ositrán que buscaban ampliar su ámbito regulatorio. ■



Voces y Opiniones

COLUMNISTA INVITADO

Una pregunta central para quien aspire a gobernarnos

El problema de la informalidad exige una postura clara y cambios sistémicos que quien aspire a gobernarnos debe estar dispuesto a asumir.

Javier Ichazo

CEO de Mibanco y líder de Microfinanzas de Credicorp

Abordar la informalidad sería enfrentar uno de los desafíos estructurales más relevantes del Perú



SOBRE EL AUTOR

Javier es magíster en Dirección de Empresas por el PAD de la Universidad de Piura, con estudios de Administración de Empresas en la misma institución. Hoy, lidera la unidad de negocio de Microfinanzas de Credicorp y, desde el 2017, es CEO del banco especializado en microfinanzas del holding, Mibanco, en el Perú.

Como cada cinco años, en abril los peruanos nos preparamos para elegir a nuevas autoridades. Y, como siempre, la agenda de temas que —esperamos— los candidatos aborden será exigente. ¿Cómo atraer mayor inversión privada para crecer económicamente, reducir la pobreza y mejorar la calidad de vida? ¿Cómo enfrentar la inseguridad ciudadana? ¿Cómo mejorar la provisión de servicios básicos (educación, salud, agua y saneamiento)? ¿Cómo fortalecer nuestras instituciones, desde una policía capaz de prevenir y perseguir el delito hasta un sistema de justicia que actúe con eficiencia y reglas claras?

Las preguntas que deberán responder quienes aspiran a gobernarnos son muchas. Pero en esta columna quiero centrarme en una que, por su relación con muchos de los problemas mencionados y por su persistencia, exige de medidas claras y voluntad política: ¿cómo reducirán la informalidad?

Las mypes representan el 99.7% del tejido empresarial del país y cerca del 86% operan en la informalidad. Y, en 2024, el 70.9% de trabajadores del Perú se desempeñó en este sector. Razón por la cual abordar la informalidad implica enfrentar uno de los desafíos estructurales más relevantes de nuestra economía, con efectos directos sobre la productividad, el crecimiento y la capacidad de lograr un bienestar sostenible.

La informalidad no solo limita el crecimiento, sino que expone a las mypes a riesgos adicionales. Operar fuera del sistema dificulta el acceso al financiamiento formal, hace difícil contratar con empresas más grandes y mantiene a muchos negocios en una escala reducida por temor a sanciones o a nuevos costos. Así, muchas empresas terminan recurriendo a servicios financieros informales, lo que las expone a fenómenos como el 'gota a gota' y a esquemas de extorsión vinculados al crimen organizado. Todo esto impacta el tamaño de su inversión, frena la adopción de tecnología y debilita la productividad general.

Para los trabajadores, la informalidad supone vulnerabilidad, sobre todo por la falta de beneficios laborales: acceso a seguros de salud, afiliación automática al sistema previsional y mecanismos como la CTS, pensados para ofrecer protección ante escenarios en los que se interrumpe el flujo de ingresos. A ello se suma una relación distante con el sistema financiero: bajos niveles de ahorro, inversión y de acceso al crédito, que reducen la capacidad de planificar y construir estabilidad en el tiempo.

Mientras formalizarse siga siendo más difícil que mantenerse informal, el resultado no cambiará. ¿Qué debemos esperar, entonces, de los candidatos? Para empezar, no es que las personas no quieran formalizarse. Según un estudio de Mibanco y el Banco de Ideas Credicorp, elaborado con el apoyo de Ipsos, el 88% de emprendedores informales está interesado en formalizarse. Las limitaciones están, en realidad, en cómo el Estado acoge estas ganas y en cómo se relaciona con estos emprendedores. Para ellos, encarar los trámites de formalización supone enfrentar costos altos tanto de tiempo como de dinero y, a la vez, lidiar con procesos complejos con poco acompañamiento por parte de los funcionarios que los conducen.

Existe, además, una barrera de confianza: para muchos, la formalidad no es sinónimo de predictibilidad, sino de reglas que se aplican de manera desigual, con criterios poco claros, una alta dosis de discrecionalidad y, a veces, hasta de corrupción. Por otra parte, existe un marco laboral y tributario en el que crecer implica asumir, por ejemplo, mayores costos de contratación y umbrales que activan nuevas obligaciones.

La informalidad, entonces, no se reducirá con medidas parciales ni aisladas. Exige cambios sistémicos que los candidatos deben estar dispuestos a asumir, como simplificar y abaratar procesos, revisar los incentivos que hoy parecen castigar el crecimiento, y construir un Estado que genere confianza. Uno con reglas claras, predecibles y aplicadas con criterios uniformes. ■

AUGE Y OCASO DEL G2G

La abrupta cancelación del acuerdo de Gobierno a Gobierno de PMO Vías respondería a un afán del Ejecutivo por abandonar este mecanismo y llevar distintos megaproyectos —como este, Chavimochic y Majes Sigüas— al modelo de APP. Una decisión que abre la puerta a una ola de controversias que podrían derivar en onerosos y largos arbitrajes contra el Estado peruano.



POR EDWARD ABARCA Y JUNIOR MIANI

La decisión de resolver de manera unilateral el acuerdo de Gobierno a Gobierno (G2G) entre el Perú y Francia para la construcción de la Vía Expresa Santa Rosa, el puente de acceso al nuevo Aeropuerto Jorge Chávez y la Nueva Carretera Central sería la jugada más reciente de una serie de movimientos que viene realizando el Ejecutivo con miras a dejar en suspenso distintos contratos firmados bajo esa modalidad. Y es que PMO Vías no sería el único G2G que el gobierno buscaría dejar sin efecto.

Según revelaron a SEMANAeconómica distintas fuentes con conocimiento directo del hecho, la intención sería transferir varios proyectos G2G —o, al menos, algunos de sus componentes— a la modalidad de Asociación Público-Privada (APP), bajo el liderazgo de ProInversión. En la mira estarían otras obras de gran envergadura e impacto, como Chavimochic y Majes Sigüas, cuya suspensión implicaría más retrasos en la ejecución de obras, contingencias diplomáticas y el riesgo de arbitrajes no sólo con las firmas encargadas de dar asistencia técnica, sino también con los contratistas elegidos para llevar a cabo los proyectos.

Cúmulo de contradicciones

El 3 de febrero, Provías Nacional envió una carta notarial a PMO Vías en la que le informaba que había re-

suelto unilateralmente el G2G de la Nueva Carretera Central. El argumento esgrimido se apoya en la cláusula anticorrupción del contrato: Provías Nacional señala que una filial de Egis —la firma francesa que firmó el acuerdo, en representación del Estado francés— reconoció actos de corrupción en Panamá. Como argumento de refuerzo, la entidad afirma que en 2024 el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) inhabilitó por tres años a dos filiales de Egis en relación a estos casos. “No puedes imputar actos de corrupción de una filial o que se cometieron en otro país. Y en el G2G está explícito que la cláusula anticorrupción solo se puede activar a partir de la etapa de ejecución del proyecto”, cuestiona la exministra de Transportes y Comunicaciones, Paola Lazarte.

Mediante un comunicado enviado a SEMANAeconómica, PMO Vías afirmó que para esta no existirían causales válidas para aplicar la cláusula anticorrupción, en tanto los hechos en cuestión no han dado lugar a una sentencia judicial y carecen de relación con los proyectos que se ejecutan en el Perú. Por ello, el consorcio ya inició la ruta para llevar esta controversia a un posible arbitraje.

El jueves 5 de enero por la tarde, PMO Vías envió a Provías Nacional una carta en la que deja sentada su intención de iniciar un trato directo, la ruta previa a una demanda contra el Estado peruano. Esa misma tarde, unas horas después, el Ministerio de Transportes y Comunicaciones emi-

tió un comunicado en el que, contrariamente a lo que señala su carta al consorcio, niega haber cancelado el acuerdo G2G y asegura que lo único que se habría resuelto es el contrato de asistencia técnica con Egis.

Posteriormente, en diversas declaraciones, la jefa de Provías Nacional, Claudia Dávila, aseguró que la postura del gobierno es pedirle a su par francés que designe a una nueva empresa en lugar de Egis. Sin embargo, dicha posibilidad no estaría prevista en el contrato.

SEMANAeconómica pudo conocer que la intención del gobierno ahora sería mantener el proyecto como G2G, al menos por un tiempo. La salida que se baraja hoy es que Setec, empresa francesa que es socia minoritaria en PMO Vías, asuma la posición de Egis. “Evaluaremos si la nueva empresa con la que suscribiríamos el contrato G2G pueda subcontratar con PMO Vías a través de Setec. Eso [lo decidiría] la nueva empresa”, señaló Dávila en declaraciones a esta revista.

En cualquier caso, lo único inesperado en esta historia es que la cancelación del G2G se haya concretado recurriendo a una cláusula anticorrupción. Porque, ciertamente, el gobierno venía dando señales de que esta fórmula no era de su agrado. Y, según diversas fuentes con conocimiento del caso, la relación entre PMO Vías y Provías Nacional era tensa desde hace meses, particularmente luego de que el consorcio empezara a calificar y puntuar a las empresas

que aspiraban a realizar las obras de los accesos al aeropuerto y los primeros túneles de la Carretera Central.

A ello se suma un cambio de enfoque del gobierno. En más de una ocasión, la ministra de Economía y Finanzas, Denisse Miralles, ha manifestado que en su opinión el mecanismo más idóneo para realizar megaproyectos de infraestructura es el de Asociación Público Privada, ya que tiene menor impacto fiscal. En esa línea, los recientes movimientos coinciden con un fortalecimiento de ProInversión,

PMO Vías ya solicitó a Provías Nacional iniciar el trato directo, como paso previo al arbitraje

que con la reforma de la Ley de APP ha recuperado la rectoría en este mecanismo. “En ProInversión tienen interés [en proyectos como la Nueva Carretera Central]. Están entusiasmados”, refiere un ex alto funcionario de la agencia, que aceptó declarar para este informe bajo la reserva de su identidad.

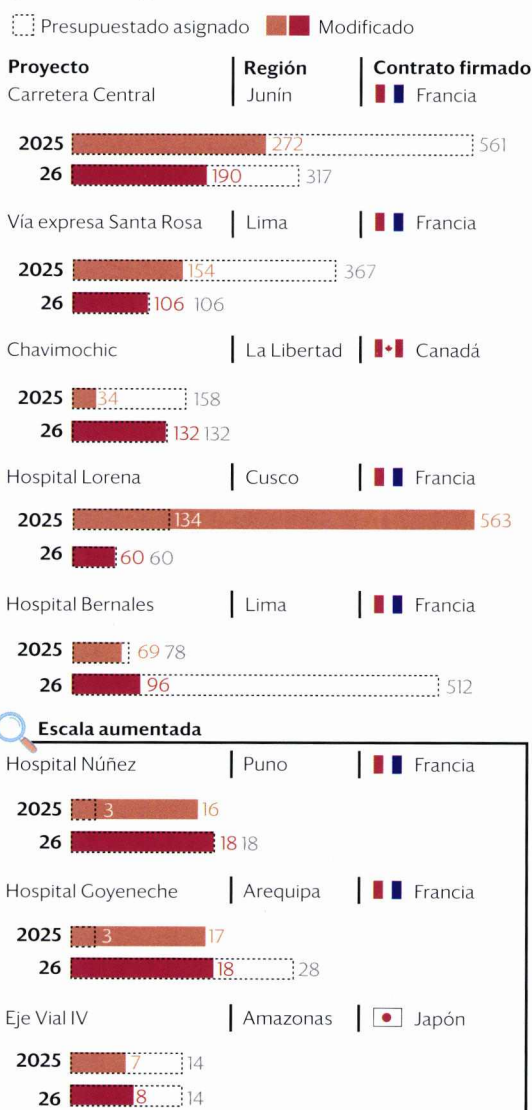
Vial IV en Amazonas, a cargo de la oficina de gestión de proyectos (PMO) japonesa, formada por Nippon Koei y Nippon Koei Latin America-Caribbean.

Lo mismo ocurrió unos días después, cuando por falta de presupuesto se suspendió el avance de los hospitales Goyeneche de Arequipa y Manuel Núñez Butrón de Puno; ambos a cargo de la PMO Hospitales, liderada por la francesa Egis AP-HPI. La semana pasada, además, el Ejecutivo emitió un decreto legislativo que incorpora a la infraestructura hidráulica como uno de los sectores donde no proceden medidas cautelares. Para Lázarte, este sería un paso previo para evitar paralizaciones en los G2G de Chavimochic y Majes Siguan.

Todo esto abre una nueva etapa de controversias. Si las renegociaciones contractuales no prosperan, podría darse una ola de demandas y arbitrajes contra el Estado peruano. Y este no sería el único frente de tensión del Ejecutivo con los G2G.

Según la información a la que accedió SEMANA económica, a fines del año pasado la PMO Vías eligió al Consorcio Chalaco —integrado por Sacyr y Aecon— para construir la Vía Expresa Santa Rosa. Pese a ello, hasta ahora no obtuvo el visto bueno del MTC para firmar el contrato. La obra está valorizada en US\$400 millones. “El contratista ganó la buena pro, presentó su carta fianza y sigue a la espera. Desde Provías Nacional se cuestionó que se haya elegido al mismo consorcio que construye el Puente Santa Rosa”, señala una fuente con conocimiento del caso, sin autorización para declarar. ■

Presupuesto asignado para acuerdos gobierno a gobierno (en millones de S/)



Fuente: Ministerio de Economía y Finanzas

Más megaproyectos en la mira

Lo sucedido con PMO Vías podría repetirse con otros G2G. Desde fines de enero, la ministra Miralles evalúa cómo contener la presión que generan los 241 proyectos G2G vigentes, que en conjunto suman cerca de S/107,000 millones. Entre los casos en revisión estaría, por ejemplo, la tercera etapa del Proyecto Especial Chavimochic. La PMO canadiense, encargada de la asistencia técnica, no cuenta aún con presupuesto para licitar la presa Rafael Quevedo y la tercera línea del Sifón Virú. Según su cronograma, ese proceso debería estar concluyendo, de acuerdo con Jhon Cabrera, gerente del proyecto, quien adelantó que en los próximos días el MEF y el Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego se reunirán para sincerar el monto y definir las fechas de asignación presupuestal.

Otros proyectos menos avanzados han corrido peor suerte. El pasado 8 de enero se suspendió el proceso del G2G del Eje

UN TICKET MÁS ALTO PARA EL PERÚ

Hoy, el Perú se percibe más caro respecto a otros destinos y economías de la región. Un cambio que ya empieza a pesar sobre la competitividad de importantes sectores, como aquellos vinculados al comercio exterior y el turismo.



POR JONATHAN TERRANOVA V.



“Qué caro está el Perú” es la recordada frase de una canción popular de inicios de los noventa que bien podría aplicarse a la situación actual de la economía peruana. Al ser comparado con varios vecinos y socios comerciales, el país hoy es percibido como más costoso. Y dicho sentimiento comienza a pesar en la disputadísima competencia regional por los flujos que vienen del exterior. “Definitivamente se han encarecido los bienes y servicios del país respecto al exterior. Estamos en niveles de apreciación no vistos en mucho tiempo”, advierte el gerente de Estudios Económicos de ComexPerú, Rafael Zacnich.

El encarecimiento cobra mayor notoriedad en el tipo de cambio real, un indicador que compara la canasta peruana con el resto del mundo. En la medición multilateral, frente a nuestros socios comerciales el indicador viene retrocediendo de manera sostenida. Y la señal se repite en varios cruces bilaterales con países de la región.

El resultado que salta a la luz es que la canasta peruana se ha vuelto relativamente más cara frente al exterior. Frente a economías como las de Chile, Argentina, Brasil, Ecuador e incluso Estados Unidos, el Perú hoy aparece en una posición de costos más altos. “Aún hay espacio para que sigamos con esa dinámica, porque nuestras fortalezas macro este año podrían ser mayores”, anticipa el economista jefe de Ronin 360, Isaac Foinquinos.

La situación del tipo de cambio real y el encarecimiento relativo del Perú tienen al canal cambiario como uno de sus principales *drivers*. Durante 2025, el sol se apreció frente al dólar, en línea con varias monedas de la región, pero el punto clave es que dicha fortaleza no es reciente. Desde 2023, cuando ya habían pasado los *shocks* de la pandemia del Covid-19 y la volatilidad política, el sol se ha mantenido firme frente a sus pares regionales.

La lectura de BBVA Research es que esta apreciación real se consolidó tras la pandemia, respaldada por un desempeño económico que fue consolidándose en un entorno de precios internacionales favorables y una balanza comercial robusta. “Pasamos un periodo algo raro. El Perú exporta balanzas comerciales brutales. En esos episodios deberíamos observar muchísima inversión y salida de dólares por importaciones. Eso ayuda a regular el flujo de dólares, pero no vemos eso en la magnitud que esperaríamos. Hay motivos fundamentales de una apreciación real y, en esos términos, ya estamos bastante apreciados”, explica el economista principal del BBVA Research, Marco Ortiz.

Más caros para los vecinos

El ajuste descrito se ha convertido en un lastre para la competitividad de los exportadores. Sectores como el minero y el agroexportador han venido advirtiendo el impacto en sus márgenes y en la gestión de sus ingresos. Las consecuencias, sin embargo, no se limitan a la producción. Se trasladan, además, a la percepción de precios desde el exterior, donde el efecto más inmediato lo siente el turismo. “Del lado del turismo receptivo, quien llega con dólares recibe menos soles, ajusta su gasto y percibe al país como un destino más caro. Una dinámica que termina presionando precios y márgenes en el sector”, advierte Zacnich.

El golpe se vuelve más evidente al observar algunos cruces bilaterales. Por ejemplo, con Chile, una de las principales fuentes de turistas hacia el Perú. “Nos hemos conver-

tido en un país un poco más caro. Aún no vemos un impacto fuerte en el caso de Norteamérica. Pero en Chile sí hay una notoria disminución [de turistas], en parte por este motivo”, relata el CEO de Casa Andina, Juan Stoessel. Dicha dinámica tiene un correlato en las cifras de la Superintendencia Nacional de Migraciones: en Santa Rosa, principal frontera terrestre con Chile, las llegadas de turistas en 2025 apenas variaron frente a 2024, y se mantienen cerca de 50% por debajo de los niveles de 2019, año previo a la pandemia del Covid-19.

La consolidación de la inflación en una meta más baja que la de los vecinos regionales —una estrategia que el BCR mantuvo con claridad durante 2025— influyó en la vitrina de precios del país frente al exterior. Una subida de precios más acotada frente a los pares regionales ayuda a “no encarecernos”, como señala Marco Ortiz. Pero ese énfasis también daría lugar a una política monetaria más rígida que la de otros bancos centrales, como la Fed, y a intervenciones cambiarias que reforzaron al sol en distintos tramos del año.

Hoy, en un contexto de apreciación generalizada de las monedas emergentes, esa misma lógica ha contribuido a evitar un encarecimiento mayor. “Ahora mismo deberíamos ver más apreciación, pero el BCR ha intervenido”, recuerda Foinquinos.

Así, el gremio turístico Canatur observa un ajuste en el consumo del visitante internacional y, en paralelo, la necesidad de reforzar estrategias comerciales para gestionar el nuevo escenario. “El Perú se

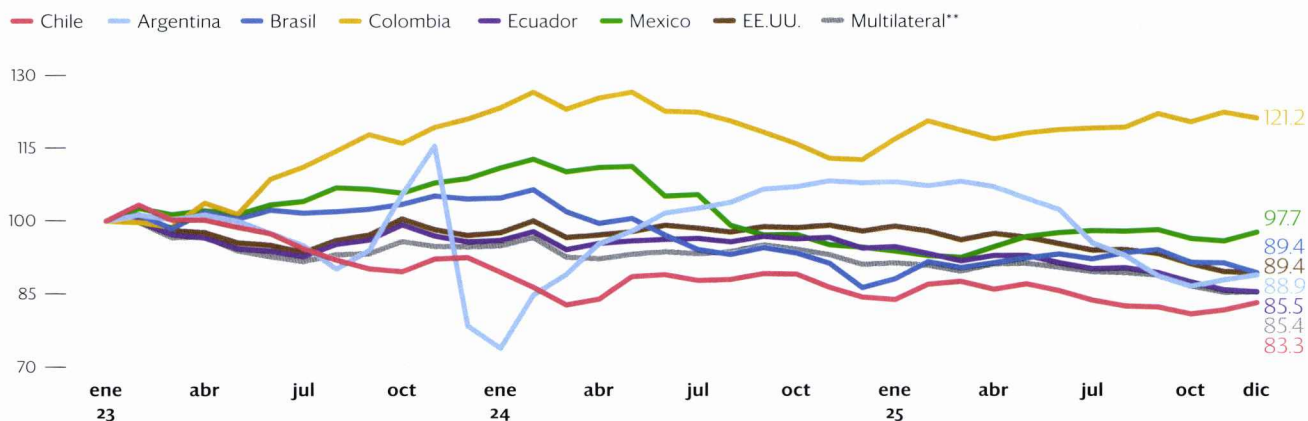
“Estamos en niveles de apreciación no vistos en mucho tiempo”

percibe como un destino más caro comparado con otros países de la región. Hay una menor capacidad de compra y la necesidad de que operadores y hoteles revisen su política de precios para mantenerse competitivos”, señala el gremio, a través de un comunicado institucional enviado a esta revista. La respuesta de los operadores pasa por acciones comerciales específicas y ajustes de precios dirigidos a ese mercado. “En algunos casos hemos tenido que bajar precios y hacer ofertas específicas, por ejemplo, para el mercado chileno”, explica Stoessel.

Aun así, el tipo de cambio real no opera en el vacío y convive con fricciones internas que elevan el costo país y acotan la competitividad, como advierte el jefe de Estudios Económicos del IPE, Martín Valencia. Si bien este factor incide en sectores como el turismo, la actividad aún arrastra un rezago frente a los niveles prepandemia condicionada, además, por factores internos que pesan de forma relevante sobre su desempeño. Por ejemplo Mario Figueroa, director fundador de BTH Group, sostiene que la debilidad del sector responde, sobre todo, a la inestabilidad política y a la inseguridad: “el impacto fuerte ha venido por ahí”.

Esta heterogeneidad se profundiza por tamaño y segmento. En la hotelería pequeña y de nicho, los efectos macroeconómicos suelen trasladarse con mayor lentitud, porque el cliente prioriza experiencia, reputación y diferenciación antes que variaciones moderadas de precios. “Los impactos de la macro todavía no nos han llegado”, concluye Michel Seiner, socio gerente de Seinauer & Cía.

Tipo de cambio real versus la región y el resto del mundo* (Índice 2023 = 100)



*Si se observa un incremento (caída) del TCR, la canasta de bienes extranjera se vuelve relativamente más cara (barata) respecto de la canasta de bienes nacionales.

**Versus socios comerciales de Perú

Fuente: BCRP

Sumamos más voces al mejor análisis



Liderazgo

Fernando Eguiluz
CEO de BBVA Perú



Liderazgo

Humberto Nadal
CEO de Cementos Pacasmayo



Finanzas

Javier Ichazo
CEO de Mibanco



Negocios

Rubén Sánchez
CEO del Grupo San Antonio



Estrategia

Dante Blotte
CFO de Repsol Perú



Política

Mávila Huertas
Periodista



Inversiones

Daniel Guzmán
Gerente general de
Credicorp Capital SAB



Desarrollo profesional

Mariana Costa
Cofundadora de Laboratoria



Inversiones

Pablo Leno
Gerente general de Renta4 SAB



Deals

Felipe Boisset
Socio y *cohead* del área de
Fusiones y Adquisiciones de
Rebaza, Alcázar & De Las Casas



Talento

Marlene Negreiros
Vicepresidenta corporativa
de Talento y Cultura del
Grupo UNACEM



Innovación

Jurgita Šarkovaitė
Directora de Neo Consulting



Inversiones

Ignacio Aramburú
Head de Wealth Management
de Credicorp Capital



Minería

María Cristina Alva
Socia del área Minera, de
Recursos Naturales y
Sostenibilidad de CMS Grau



Competencia

Jesús Espinoza
Socio del Estudio Muñiz y
exdirector del Indecopi



Desarrollo profesional

María Paz Oliva
Cofundadora de MBA Perú y
chief of staff de Pacífico Salud

Síguenos en:



Revistas.PeruRadio.net.pe

Educación Ejecutiva

- **ESCUELAS GLOBALES** Las oportunidades que se abren en medio del 'efecto Trump'
- **UNIV. DE LIMA** "Estamos obligados a estar conectados con las empresas"
- **DEMANDA EJECUTIVA** La ruta del posgrado en las regiones del Perú



El nuevo engranaje formativo

Escuelas de negocio locales y extranjeras aceleran la marcha para adaptarse a demandas del mercado que varían cada vez más rápido. La apuesta es acercar el mercado a las aulas, sin distanciarse del alumnado.



OFERTA FORMATIVA VS EMPLEABILIDAD

EL NUEVO GRAN RETO DE LAS ESCUELAS DE NEGOCIO

Los vertiginosos cambios en las capacidades que requiere el mercado laboral están llevando a las casas de estudio peruanas a acercarse cada vez más a las empresas. Los consejos consultivos y los programas *ad hoc* son, hoy, sus principales apuestas para cerrar la brecha entre oferta y demanda.

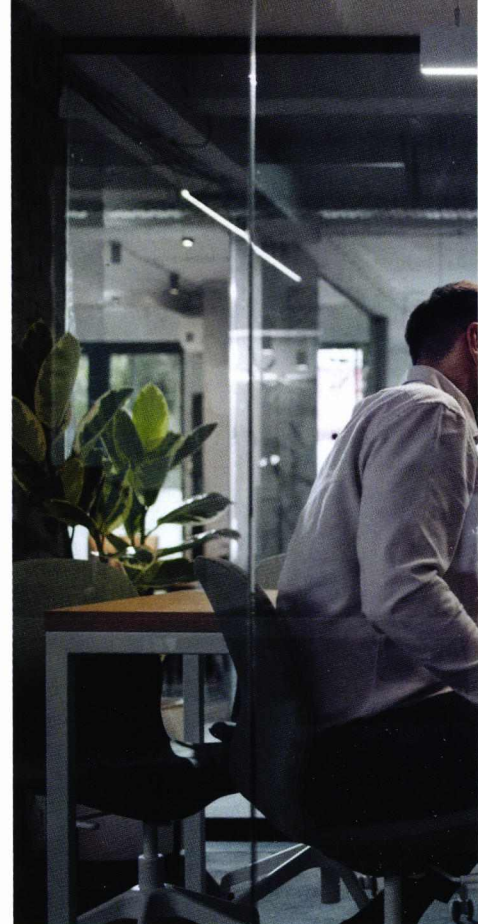
POR SUSANA CONDADO T.

El ritmo cada vez más vertiginoso con el que está cambiando el mercado y la disrupción cada vez más acelerada de las tecnologías ha obligado a las escuelas de posgrado locales a buscar alternativas para responder con la mayor velocidad posible a los nuevos requerimientos de talento del sector privado. “Las empresas hoy enfrentan cambios muy rápidos y ese dinamismo a veces es difícil de absorber con la velocidad que exige el mercado. La academia, por naturaleza, tiene procesos más estructurados que aseguran calidad, pero puede limitar la agilidad”, advierte el gerente global de Talento Humano de Grupo AJE, José Carlos Ascarza.

Como parte de esa búsqueda por seguir el ritmo de las empresas sin perder calidad, distintas escuelas de negocios peruanas están profundizando su acercamiento con los grupos empresariales. Ello como parte de un giro estratégico que involucra la consolidación de consejos consultivos empresariales y el diseño *ad hoc* de cursos de formación corporativa para jugadores relevantes del mercado.

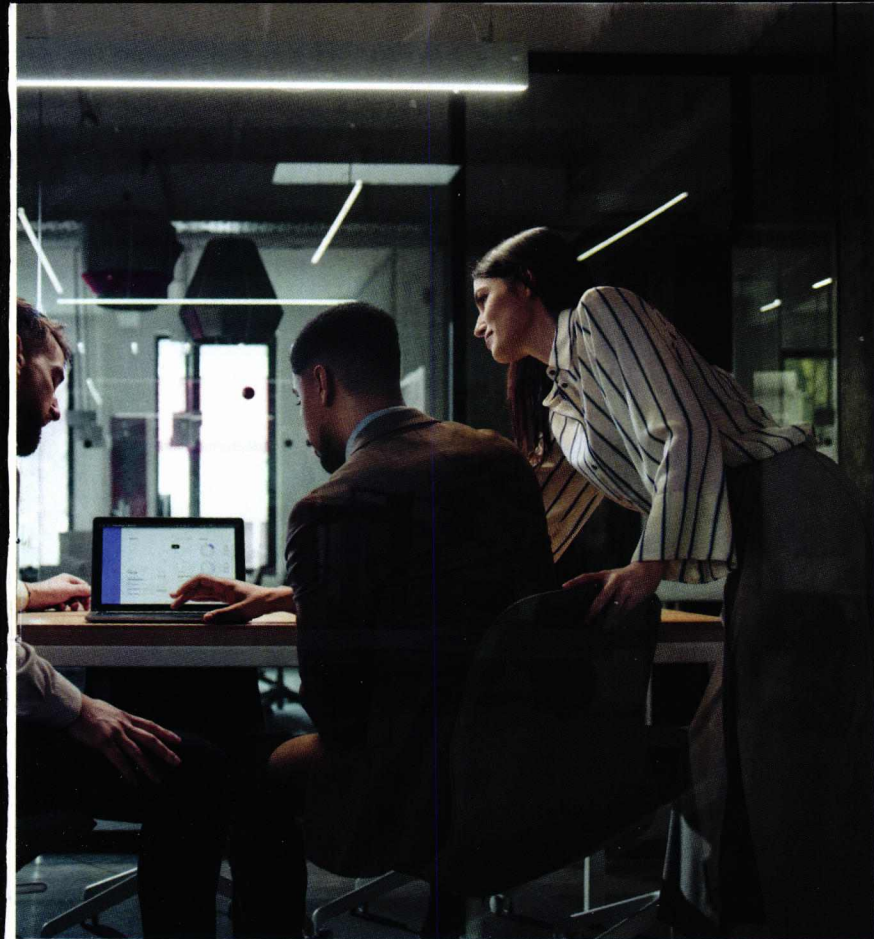
EN BUSCA DEL MATCH

El descalce entre la velocidad con la que evoluciona la oferta formativa y el dinamismo con el



que cambian las capacidades que el mercado demanda del talento, hoy, es especialmente notorio en el caso de las maestrías. Ello ya que las currículas son supervisadas por la Sunedu y las revisiones normativas pueden demorar. “Es distinto a los programas de formación continua. Al no ser supervisados, el proceso es más rápido”, explica el director de la Escuela de Posgrado de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC), Ricardo Pino. Así, las actualizaciones en los planes de estudio son todavía lentas y no van al mismo ritmo que el surgimiento de nuevas categorías de empleo en el país, como agrega el *Regional Executive Associate* de Trust Consulting, Erick Iparraguirre.

En el afán de cerrar esta brecha, las principales casas de estudio locales han decidido apostar por la implementación de consejos consultivos, en los que integran a representantes del mundo empresarial. Centrum PUCP, Pacifico Business School, la UPC, ESAN y la Universidad de Lima han optado por este camino. “Este tipo de colaboración permite alinear



la formación académica con las competencias que hoy exige el mercado”, cuenta Ascarza, quien integra el Consejo Consultivo de la carrera de Administración y Recursos Humanos de la UPC.

Otra estrategia, más directa, es escuchar las necesidades concretas de las empresas y diseñar cursos a medida. Eso es, por ejemplo, lo que hace UTEC con el Grupo Unacem. El *holding* cementero tiene su propia escuela de líderes, en el marco del proyecto de Universidad Corporativa que la compañía inició en 2025, como cuenta su vicepresidente corporativa de Talento y Cultura, Marlene Negreiros.

Centrum PUCP va por el mismo camino. Uno que supone conocer las necesidades específicas de cada empresa, el público al que se dirige y las capacidades que se busca desarrollar, como detalla su directora de Educación Ejecutiva, Cinthya Donayre. “Aprendemos lo que la empresa quiere, lo diseñamos y ofrecemos a su personal”, agrega Pino, de la UPC.

Scotiabank —con su Programa de Liderazgo *inhouse*— y BBVA —con *Data University*— son otros



[PARA LA ACADEMIA] A VECES ES DIFÍCIL ABSORBER LOS CAMBIOS CON LA VELOCIDAD QUE EXIGE EL MERCADO

dos ejemplos de esta tendencia. “El aprendizaje interno nos da la flexibilidad para avanzar al ritmo que requiere el negocio. De esta manera, complementamos la formación técnica que trae el talento del mercado con un desarrollo contextualizado, práctico y orientado a nuestra cultura”, resalta la VP de Recursos Humanos de Scotiabank, Fiorella Ferrero.

BBVA, por su parte, se apoya no solo con universidades locales sino incluso sobre convenios con la Universidad de Navarra y Wharton Executive Education. “La universidad sienta las bases, pero con *Data University* desarrollamos *skills* específicos a corto plazo

para tener ventajas competitivas como negocio global”, asegura el *head* de *Talent Acquisition & Professional Development* de BBVA en Perú, José Ramírez.

LO QUE PIDE EL MERCADO

En el actual entorno de acelerado cambio, la flexibilidad en la oferta formativa se torna aun más urgente. En ese sentido, el gerente de la Unidad de negocios Sur Perú-Chile de ISM, Michael Ortiz, remarca que las especializaciones y microcertificaciones con aplicaciones prácticas permiten actualizar competencias rápidamente, sin restar valor a las maestrías. Y esa misma agilidad es requerida en la toma de decisiones. “Hoy vemos programas que ponen al ejecutivo a trabajar sobre situaciones reales. Así, la formación se vuelve una herramienta que acompaña la toma de decisiones. Nosotros trabajamos con experiencias aplicadas en universidades y escuelas de posgrado, como las visitas a planta”, agrega César Maldonado, director de Capital Humano de Arca Continental en el Perú.

Dicho tratamiento de casos reales es un punto clave y aplicable a diversas industrias. “Todavía existe una brecha importante en la formación para liderar en escenarios ambiguos, cambiantes y de alta presión, que es justamente donde hoy se juega gran parte del impacto del liderazgo. Ese enfoque es el que buscamos complementar y potenciar junto a las escuelas de posgrado, participando en charlas de empleabilidad, ferias universitarias y espacios de acercamiento”, detalla la VP de *People* en Backus, Agustina Ochoa. ■



POSGRADOS INTERNACIONALES

OPORTUNIDADES EN MEDIO DEL 'EFECTO TRUMP'

Los nuevos vientos políticos que soplan en EE.UU. están reduciendo el número de estudiantes extranjeros de posgrado en sus universidades. Esto supone una oportunidad para escuelas europeas y latinoamericanas, que ya piensan en cómo captar esa demanda.

POR DÉBORA DONGO-SORIA S.

El endurecimiento de la política migratoria y los recortes de fondos a las universidades anunciados por la administración de Donald Trump en el último año han introducido un factor de incertidumbre para los ejecutivos peruanos y latinoamericanos que planeaban estudiar un posgrado en Estados Unidos (EE.UU.).

Las cifras ya evidencian cierto declive. Según el Institute of International Education (IIE), en el período 2024-2025 el ingreso de

nuevos estudiantes internacionales a universidades de EE.UU. cayó 17%. Y, en esa misma investigación, el 96% de las casas de estudios que registraron descensos mencionaron las preocupaciones vinculadas al trámite de visas como un factor determinante en el declive.

Lo que para unos puede representar una crisis, sin embargo, para otros puede suponer una oportunidad. Por eso, escuelas de otras regiones del mundo están ajustando sus estrategias con miras a captar a ese postulante que hoy podría encontrar barreras de distinta índole para estudiar en EE.UU. Un movimiento gradual, que apunta a reconfigurar la competencia por el alumnado y que involucra a escuelas de Europa y América Latina.

LA CARTA EUROPEA

Dentro de la alternativa europea, la carta de las escuelas españolas suele asomar con frecuencia en la mesa de decisión de los estudiantes latinoamericanos. Como fruto de ello, en escuelas como IE University entre 15% y 17% del alumnado total proviene de América Latina, de acuerdo con la *head of Global Markets* de la escuela con sede en Madrid, Elisa Meléndez Martín. El 'efecto Trump', que todavía resulta incipiente, podría generar un impulso adicional de esa demanda.

Tras lo sucedido en EE.UU., por ejemplo, el interés de los pos- ➔



TOP
PRIVADAS

3

RANKING
SUNEDU
2025

UNIVERSIDAD
CIENTÍFICA
DEL SUR

LIDERAMOS LOS RANKINGS MÁS PRESTIGIOSOS DEL MUNDO

TOP

1

DEL PERÚ

RANKING DE
SOSTENIBILIDAD
AMBIENTAL 2025

RED AMBIENTAL
INTERUNIVERSITARIA
INTERUNIVERSIA - PERÚ

TOP

1

DEL PERÚ

IMPACT
RANKINGS
2025



Times
Higher
Education

TOP

4

DEL PERÚ



WORLD
UNIVERSITY
RANKINGS



RANKED
2026

PRE
GRADO

CARRERAS
PARA GENTE
QUE TRABAJA

POS
GRADO

MEJORAS TÚ, MEJORA EL MUNDO.

Revistas.PeruRadio.net.pe

→ Viene de la pág. 20

tulantes de América Latina por el *full time* MBA de ESADE se incrementó en 30% para esta campaña. Aunque su directora regional de Admisiones para Perú, Argentina, Chile, Bolivia, Paraguay y Uruguay, María Eugenia Velarde, remarca que no todo ese incremento es directamente atribuible al factor EE.UU. La escuela ha robustecido su propuesta de valor, activado procesos de admisión *fast track* y fortalecido sus soportes para el trámite del visado Schengen, la documentación, la llegada a España y la asesoría jurídica. Y a todo ello se suma una nueva vía de financiamiento: el modelo *income share agreement* (ISA), que permite pagar parte de los estudios en función de los ingresos futuros del graduado.

IMPACTO REGIONAL

El impacto del ‘efecto Trump’ se siente de forma distinta en la región Latinoamericana. Y es que la incidencia de lo sucedido en EE.UU. como catalizador de nuevas matrículas para las escuelas de la región por ahora es marginal.

La incertidumbre, hoy, se concentra en otro ámbito: los tramos de estudios en EE.UU. incluidos dentro de la experiencia internacional ofrecida por diversas escuelas de negocio de la región. “Tenemos muchos programas que visitan Estados Unidos”, advierte el vicedecano de posgrados de la Escuela de Negocios de la Universidad Adolfo Ibáñez (UAI) de Chile, Ricardo Úbeda, en alusión a recorridos académicos y corporativos vinculados a ecosistemas como Silicon Valley y Miami. “Eso veremos cómo queda”, agrega.

En este nuevo escenario, INCAE, por ejemplo, pondrá el

acento en programas conectados con el mercado laboral latinoamericano —donde el alumno construirá carrera— sin renunciar a estándares internacionales; algo que Haydée Tejada, directora de Estrategia de INCAE, resume como “liderazgo latinoamericano con competitividad global”. Para ampliar la captación, la escuela de negocios de Costa Rica ha extendido su portafolio *online* y en 2026 llevará al Perú su Programa de Alta Gerencia.

A nivel local, las escuelas de negocio también intentarán captar a ese postulante que busca una alternativa internacional. Tras lo sucedido en EE.UU., ESAN ha puesto en marcha un *International MBA* en inglés, con inicio académico en 2027, de acuerdo con su director general de Maestrías, Jorge Merzthal. La meta para la primera edición es tener 20 participantes, con un 50% proveniente del exterior.

Frente al nuevo contexto, sin embargo, el director académico de los programas de Alta Dirección, del PAD de la Universidad



**EN EL PERIODO
2024-2025,
EL INGRESO DE
ESTUDIANTES
EXTRANJEROS A
UNIVERSIDADES DE
EE.UU. SE REDUJO
EN 17%**

de Piura, Guillermo Quiroga, introduce un matiz clave: la mayor dificultad para estudiar en EE.UU. no debería alterar la decisión del postulante que ya la tomó y puede financiar esa ruta.

El espacio de disputa se centrará en el candidato que depende de una beca. Y, en esos casos, varios optan por postergar la matrícula: continúan trabajando para, luego, reevaluar en Perú o Europa, buscando una mejor relación valor-precio. Ahí se concentrará la disputa por el alumnado. ■



INSTITUTO PARA LA
CALIDAD
PUCP

MAESTRÍAS ESPECIALIZADAS

Modalidad: Presencial

Maestría en

Gerencia de la Calidad y Sistemas de Gestión

Beneficios

Desarrollar competencias para gerenciar la calidad de una empresa o institución con una visión estratégica y de excelencia operacional

Participar de Programas Internacionales en Estados Unidos y España, con un importe preferencial y exclusivo

Obtener una membresía estudiantil de la American Society for Quality (ASQ)

Tener acceso de manera preferencial a conferencias especializadas con ponentes nacionales e internacionales

Graduarse en una de las 15 mejores universidades de Latinoamérica y el Caribe (QS World University Rankings 2026)

¡Escanea para más información!



Con opción a:



Internacionalización



Maestría en

Gerencia de Proyectos y Calidad

Beneficios

Desarrollar competencias para gerenciar proyectos liderando con eficiencia iniciativas estratégicas en entornos complejos y de incertidumbre

Participar de Programas Internacionales en Estados Unidos y España, con un importe preferencial y exclusivo

Obtener una membresía estudiantil de Project Management Institute (PMI)

Tener acceso de manera preferencial a conferencias especializadas con ponentes nacionales e internacionales

Graduarse en una de las 15 mejores universidades de Latinoamérica y el Caribe (QS World University Rankings 2026)

¡Escanea para más información!



Con opción a:



Internacionalización



Cierre de inscripciones: 19 de febrero de 2026

Inicio de clases: 27 de marzo de 2026



ESCUELA DE POSGRADO DE LA UNIVERSIDAD DE LIMA

“ESTAMOS OBLIGADOS A ESTAR PERMANENTEMENTE CONECTADOS CON LAS EMPRESAS”

El director de la escuela de negocios de la Universidad de Lima, Pedro Grados, detalla cómo la institución está incorporando cada vez más la mirada y necesidades del mercado en sus programas. Además, adelanta las siguientes apuestas de la escuela, que incluyen nuevas maestrías y también una nueva sede.

POR SUSANA CONDADO

¿Qué novedades ha implementado este año la Escuela de Posgrado de la Universidad de Lima para su oferta académica?

El año pasado lanzamos la maestría en Gestión de Las Ciudades y ahora lanzaremos la maestría de Liderazgo Positivo y Gestión del Talento, porque creemos que las *soft skills* son fundamentales. Y lanzaremos otra relacionada a Ciencia de Datos Para los Negocios. Estamos todavía pensando en sacar una [maestría] de Ciberseguridad.

¿Cuáles son las maestrías que hoy tienen mayor demanda?

La de *Marketing* y Gestión Comercial, la de Gestión de la Innovación, Banca y Finanzas y Dirección de Operaciones y Proyectos, que tiene que ver con todo lo que es logística. Recordemos que uno de los sectores más exitosos en el Perú ha sido el de las exportaciones, que se han multiplicado por 30 en aproximadamente 35 años.

¿La escuela contempla ampliar el portafolio de doctorados?

Tenemos el de Comunicaciones y el de Administración. Para el próximo año queremos sumar uno de Ingeniería. Estamos lan-

zando maestrías nuevas como la de Gestión en Ingeniería y Construcción, pero las maestrías son más que todo ‘profesionalizantes’. Buscan crear una oportunidad de ascenso [laboral] o acompañar en la migración hacia otro trabajo, a través del conocimiento práctico dentro de la visión global. Los doctorados, en cambio, están mucho más vinculados a la ciencia y a la investigación. Profundizan en la filosofía de lo que significa la economía de mercado y el desarrollo de la empresa.

¿Cómo escucha la Universidad de Lima al mercado? ¿Cómo están adaptándose a los requerimientos de las empresas?

El Perú ha sido uno de los países que más ha crecido en América Latina y en gran parte del mundo durante los últimos 25 años. Estamos obligados a estar permanentemente conectados con las empresas. Escuchamos a la empresa y a los gremios empresariales. También estuvimos presentes en el último CADE.

¿Cuentan, por ejemplo, con consejos consultivos que tengan presencia empresarial?

Hay un consejo consultivo que trabaja directamente con la recto-

ra, pero desde la actual gestión de Patricia Stuart esto se ha generalizado. Hoy, las distintas facultades en pregrado y los programas, maestrías y doctorados de la Escuela de Posgrado también tienen consejos consultivos.

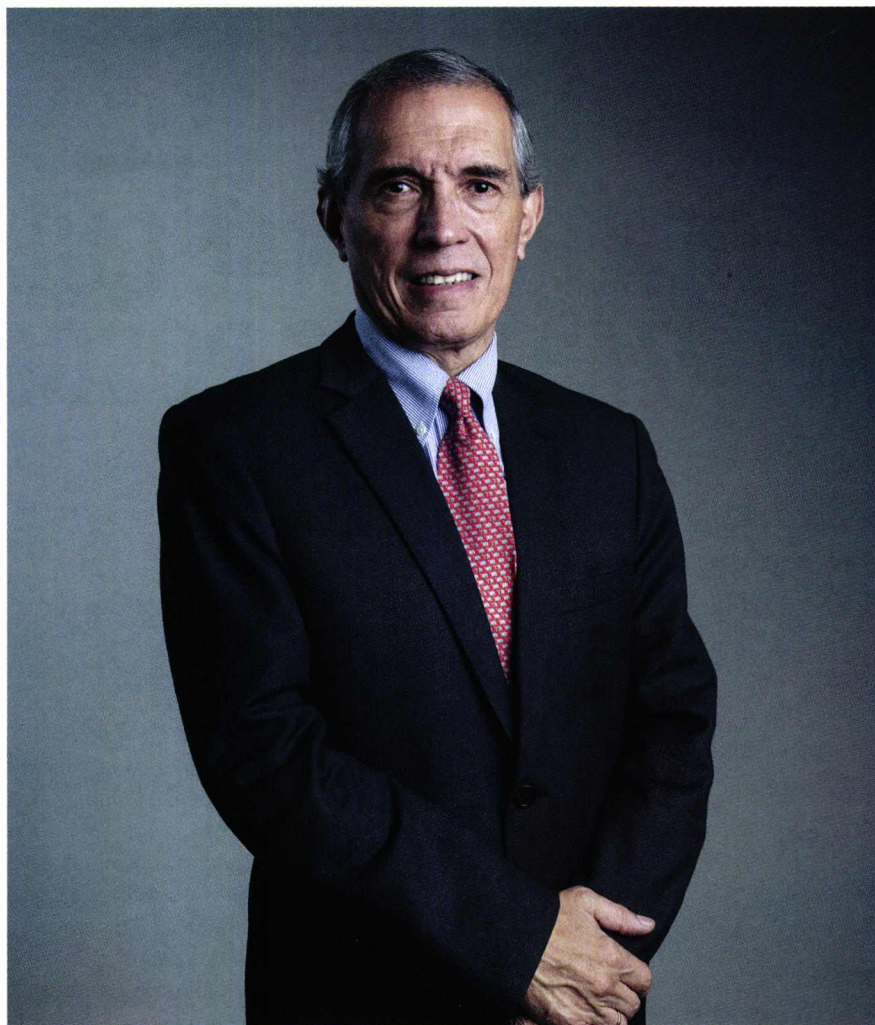
¿Quiénes los conforman?

Cada uno tiene en promedio cuatro personas, mayoritariamente empresarios, miembros de directorios o gerentes de grandes y medianas empresas. De esa forma, estamos en contacto con la visión de largo plazo, con la estrategia empresarial y con las necesidades del mercado por la interrelación permanente que se da entre la práctica y el conocimiento.

“ LOS PROGRAMAS, MAESTRÍAS Y DOCTORADOS TIENEN CONSEJOS CONSULTIVOS [COMPUESTOS POR EMPRESARIOS, DIRECTORES O GERENTES] ”

¿Considera que los profesionales encuentran su vocación recién en el posgrado?

Las maestrías permiten encontrar otros horizontes, cambiar de trabajo, ya sea con mayor nivel de responsabilidad y profesionalización en el rubro original o tomando otra dirección. Diría que hay entre un 30% y 40% [de alumnos] que reorientan su carrera [tras la maestría] y entre un 60% y 70% que, más bien, mantienen su línea de carrera y mejoran.



¿De qué forma se integra el eje de la internacionalización?

Algunos programas de posgrado tienen la posibilidad del doble grado con universidades en Norteamérica, Europa y también Australia. Pero, más allá de eso, todas las maestrías, con excepción de una o dos, tienen una semana [de clases] internacional. Entonces, los alumnos tienen una visión internacional y se retroalimentan con empresas de otros países.

Hoy, se ve una inversión importante en el plan maestro de la Universidad de Lima.

Hoy, la universidad debe tener la mejor infraestructura física del país, en términos relativos a su cantidad de alumnos — aproximadamente 30,000 — y está en permanente expansión. En marzo inauguramos una nueva bibliote-

ca, la más moderna del país; lo que implica acceso a las mejores bases de datos del mundo, capacitación sobre las mismas, sala de reuniones y centros de formación en data.

¿La nueva sede de la escuela de posgrado está contemplada también en ese plan?

Así es. Se debería estar empezando a construir hacia fines de este año o el próximo. Será un edificio con todas las características que requiere una escuela de posgrado en términos internacionales. Posiblemente esté lista a fines del 2027 o inicios de 2028.

¿Qué pasará con la sede actual?

El edificio de posgrado, que es el que da al Óvalo Monitor, se reasignará para otras funciones. ■



FORMACIÓN EJECUTIVA EN REGIONES

LA OLA REGIONAL QUE AVANZA EN LOS POSGRADOS

La consolidación de la virtualidad amplió un bolsón de alumnos al que, hasta hace poco, las escuelas de negocio capitalinas llegaban con limitaciones: los ejecutivos radicados en regiones distintas a Lima. Hoy, estos ya concentran entre el 25% y el 30% del alumnado de posgrado en importantes casas de estudio.

POR EDWARD ABARCA

Hasta hace no mucho tiempo, la decisión de estudiar un posgrado solía estar muy condicionada por factores logísticos entre aquellos profesionales radicados en regiones del país distintas a Lima. Incluso donde se contaba con oferta académica cercana, ésta no siempre ofrecía la variedad de programas a los que se podía acceder a través de universidades capitalinas. Pero, para muchos de quienes trabajaban en minería en Cajamarca, en agroindustria en Piura o en logística en La Libertad, estudiar un posgrado en una universidad limeña se convertía, en la práctica, en algo poco viable. Una realidad distinta a la que se vive hoy en el mercado.

El panorama cambió, sobre todo, a raíz de la pandemia del Covid-19, que impulsó a la fuerza el paradigma de la virtualidad. El cambio repentino, que llegó para

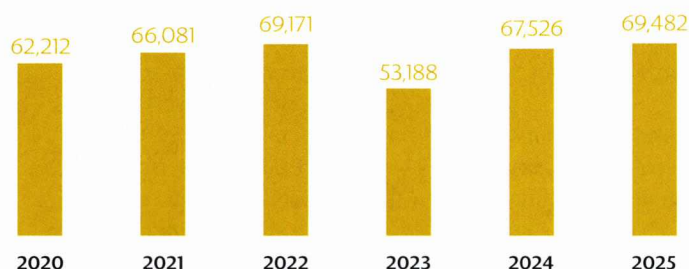
quedarse, le abrió a las universidades limeñas la oportunidad de atender una demanda que siempre estuvo allí y que antes no era fácil de atender. “Antes, por ejemplo, no podíamos llegar con un programa presencial para gente que trabajaba en el sector minero, porque era muy difícil que puedan participar”, explica la directora de Educación Ejecutiva de Centrum PUCP, Cynthia Donayre.

ASCENSO REGIONAL

Hoy, la consolidación de la educación a distancia está ofreciendo a los profesionales radicados fuera de Lima más posibilidades de crecer profesionalmente e incrementar su valor en el mercado laboral. “Las universidades de Lima suelen tener un mayor valor para el mercado”, dice el director de la Escuela de Posgrado de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC), Ricardo Pino. Esta premisa, sin embargo, no supone que los profesionales radicados en regiones estén pensando en recolocarse necesariamente en la capital. Por el contrario, todas las universidades consultadas para este artículo confirman que la mayoría de profesionales de regiones ya no quiere trasladarse a la capital para estudiar. Lo que buscan es crecer profesionalmente en su propia localidad y, en esa búsqueda, el cartón de un posgrado realizado en una universidad limeña de prestigio les suma.

El impulso de la virtualidad →

Estudiantes de posgrado matriculados en universidades del interior del país



Los datos registrados en el SIU son declarativos y proporcionados voluntariamente por las universidades, instituciones y escuelas de educación superior.

*Sin contabilizar Lima

Fuente: Sistema de Información Universitaria (SIU) de SUNEDU, a diciembre de 2025



CRECE SIN LÍMITES

Educación universitaria con
estándares estadounidenses.



**Clases online en vivo
y en español.**



Carreras y maestrías con enfoque práctico y visión empresarial global.

BACHELORS

Administración de Negocios
Gestión en Marketing

MASTERS

MBA
Marketing Digital
Innovación y Emprendimiento

Inscríbete en: **harsonuniversity.com**

- Masters desarrollados con casos de estudio de Harvard Business Impact.
- Universidad licenciada por Commission for Independent Education.
- Título norteamericano reconocido por SUNEDU.



HU | **HARSON
UNIVERSITY**

Revistas.PeruRadio.net.pe



→ Viene de la pág. 26

aún tiene amplio margen para crecer, pues muchas universidades limeñas mantienen varios programas de posgrado únicamente en modalidad presencial. Aun así, el efecto regional comienza a reflejarse en las cifras. En la UPC, por ejemplo, los alumnos de regiones distintas a Lima hoy representan el 25% del total de inscritos en posgrados, con un crecimiento anual en torno al 3%.

Esta tendencia se manifiesta en otras escuelas relevantes, como la Universidad de Piura (UDEP). Aunque el ratio de alumnos de provincia se ha mantenido en 30% en los últimos tres años en dicha casa de estudio, el porcentaje hoy equivale al doble de estudiantes. “Si antes ese 30% eran 100 alumnos, ahora ese 30% son 200 alumnos”, detalla el gerente comercial del área de Posgrado y Formación Continua de la UDEP, Paul De Rutte.

El director de la Escuela de Posgrado de la Universidad de Lima, Pedro Grados, por su parte, cuenta que el 30% de las maestrías

virtuales ya está compuesto por alumnos de provincias, incluso cuando todavía no exista una estrategia comercial dirigida exclusivamente a ese segmento. “Creemos que la modalidad virtual va a seguir generando una demanda interesante en provincia”, agrega Grados. Las proyecciones de la escuela capitalina apuntan a que los alumnos de regiones podrían llegar a representar el 50% de su alumnado de posgrado.

A DÓNDE APUNTA LA OLA

Hoy, la demanda regional se concentra en sectores como minería, agricultura y logística: actividades con alta concentración de ejecutivos radicados en regiones, que necesitan actualizarse y especializarse sin dejar sus puestos de trabajo.

Para estos profesionales, una parte importante del atractivo de las universidades limeñas es la mayor especialización que suelen ofrecer en comparación a la oferta regional. Esa mayor variedad de programas abre posibilidades de *upskilling* o *reskilling*. Un ejem-



LA DEMANDA DE FORMACIÓN DE EJECUTIVOS RADICADOS EN REGIONES SE CONCENTRA EN MINERÍA, AGRICULTURA Y LOGÍSTICA

plo de esto es el programa para mujeres en minería que desarrolla Centrum PUCP en alianza con Women CEO. “Más del 50% de las participantes trabaja en provincias”, destaca Cynthia Donaire, directora académica de Centrum PUCP.

En línea con ese enfoque en el *reskilling*, en Toulouse Lautrec el curso con mayor presencia de alumnos de provincias es el de *trafficker* digital, una especialidad reciente y altamente demandada. Este tipo de oferta ha permitido que la cantidad de estudiantes de regiones crezca entre 10% y 12% anual para Toulouse Lautrec, según su gerente de Marca y Planeamiento Comercial, Erick Lesevic. Y, a la par, viene surgiendo un nuevo perfil de estudiante: el del emprendedor regional. “Uno que busca adquirir conocimientos en tiempos cortos para aplicarlos de inmediato en sus emprendimientos o negocios”, detalla Lesevic.

Esta ola regional, además, está impulsando la demanda de programas *ad hoc* para empresas: cursos cortos orientados a capacitar al personal en provincias para cumplir objetivos de negocio. La UDEP, por ejemplo, diseñó recientemente un programa educativo para una contratista minera que capacita a sus trabajadores de forma virtual, tanto en Lima como en regiones. “En esta primera parte del año estamos viendo mucha demanda por estos programas”, concluye De Rutte. ■

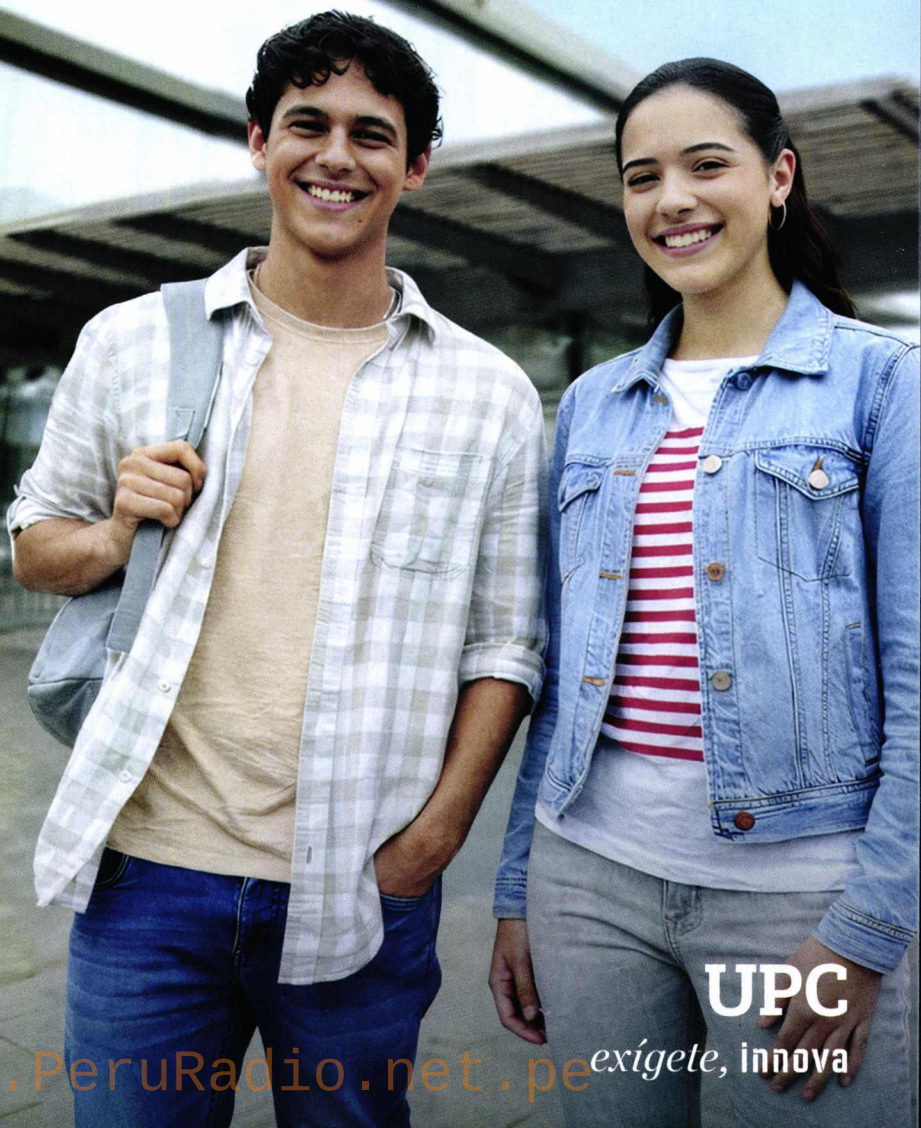


Orgullosos de ser la

PRIMERA Y ÚNICA

Universidad del Perú en obtener

5 ESTRELLAS
en **QS Stars**



QS STARS



Revistas.PeruRadio.net.pe

UPC

exígete, innova



EGADE BUSINESS SCHOOL

“NO VEO TODAVÍA ALGO QUE DESTRONE AL MBA COMO ‘CORONA’ DE LAS ESCUELAS”

Osmar Arandia, decano asociado de Educación Ejecutiva de la escuela de negocios del Tecnológico de Monterrey (México), revaloriza el rol del MBA como el “programa holístico” por excelencia. Y ahonda en cómo la IA comienza a cambiar tanto la oferta como la demanda de formación ejecutiva.

POR DÉBORA DONCO-SORIA S.

¿Qué cambios ve EGADE Business School en la demanda de educación ejecutiva, a raíz de la irrupción de la inteligencia artificial (IA)?

Ha aumentado la demanda, pero no necesariamente por la llegada de la IA. Es un fenómeno que viene de años atrás por la necesidad de responder a la inmediatez y a los retos del entorno. Empresas y profesionales están en una búsqueda constante por desaprender, aprender y reaprender procesos, modelos y sistemas para enfrentar cambios cada vez más rápidos. La IA ha acelerado esa dinámica.

¿Qué objetivos persiguen los tomadores de decisiones en sus programas corporativos?

Buscan el uso estratégico de la IA y la analítica de datos para generar nuevos modelos de negocio, fortalecer el *engagement* con el mercado y desarrollar nuevas experiencias para el consumidor. También demandan liderazgo, evaluación de riesgos en decisiones corporativas y temas de *management*. Además, crece el interés por

prácticas más éticas y por el desarrollo de ‘empresas conscientes’.

¿Hoy, cuáles son las capacidades indispensables para un ejecutivo, más allá de lo técnico?

Los *skills* cambian con el contexto. Con la llegada de la IA, los directivos deben ajustar su mirada estratégica: cómo la tecnología fortalece el modelo de negocio y se integra con los colaboradores como complemento. Primero hay que alfabetizar a los líderes en IA —qué puede y qué no puede hacer, riesgos y sesgos— y sumar juicio ético, pensamiento crítico, sentido común y *storytelling* para alinear al directorio.

La gestión del cambio también es clave: pasar de un modelo de interacciones humanas a uno donde la IA pesa requiere mucho *change management* y cuidado de las personas. En esa transición, automatizar por automatizar o prescindir de los colaboradores humanos no necesariamente es el mejor modelo de negocio. Más bien, hay que desarrollar al equipo para que sea capaz de utilizar las herramientas y gestionar el cam-

bio en un proceso continuo de desaprendizaje y aprendizaje.

¿Qué programas han ganado tracción en el portafolio de EGADE, además del MBA?

No veo todavía algo que destrone al MBA como la 'corona' de las escuelas de negocio. Es un programa holístico, que desarrolla muchas habilidades para entender los fenómenos de una empresa. Dicho esto, hay posgrados más puntuales que pueden ser muy relevantes según las necesidades de la organización y hacia dónde busca crecer el profesional.

¿Cómo aseguran que su currícula se mantenga alineada con lo que está pidiendo el mercado?

Tenemos mucho contacto con los actores relevantes del mundo de los negocios y con la sociedad. La facultad participa en consejos de administración y en programas de consultoría con grandes empresas, y se actualiza con pares en el extranjero. Además, contamos con un consejo consultivo fuerte que nos marca hacia dónde movernos, y la industria también espera que nosotros le indiquemos el rumbo. La currícula se trabaja como un proceso colaborativo y continuo: co-creamos programas y soluciones con las organizaciones.



“ ”
**LA CURRÍCULA SE
TRABAJA COMO
UN PROCESO
COLABORATIVO
[CON LAS EMPRESAS
PRIVADAS] Y
CONTINUO**

¿En qué ámbito de la enseñanza se hace más evidente el impacto de la IA?

Depende del profesor, hay libertad de cátedra. La enseñanza se está fortaleciendo y el maestro se vuelve un co-aprendedor con

los estudiantes. Algunos usan IA para desarrollar material y, luego, curan ese contenido. En mi caso, en una de las materias de estrategia del MBA, llevo invitados de alta dirección de multinacionales y usamos simuladores para resolver casos. Además, utilizamos un laboratorio tipo *escape room* para observar cómo los participantes interactúan.

En los próximos años, ¿qué cambio estructural reconfigurará más el mercado?

Creo que habrá una estabilización de la IA y, al mismo tiempo, alguna disrupción tecnológica complementaria. El estrés geopolítico también tendrá un gran impacto. Ambas fuerzas están modificando significativamente el entorno de los negocios. ■

Sectores y Empresas

CONSUMO MASIVO

Tras la huella regional de Alicorp

La empresa del Grupo Romero dio otro golpe sobre la mesa al comprar el negocio de cuidado del hogar de Unilever en Colombia y Ecuador. Y podría no ser la última movida regional.

Alicorp sigue apuntalando su renovada apuesta por el *core* de su negocio, el segmento de consumo masivo, tanto a nivel nacional como regional. Ello como parte de una movida que involucra márgenes de negocio mucho más atractivos, la adquisición de marcas líderes y el crecimiento en categorías ya conocidas. Tras las compras de Jabonerías Wilson en Ecuador e Inka Crops en Perú, selladas durante 2025, en los últimos días de enero la compañía anunció un acuerdo para comprar el negocio de cuidado del hogar de Unilever en Colombia y Ecuador.

La renovada estrategia, que por ejemplo supuso vender su negocio de Molienda en Bolivia, le permite a la empresa del Grupo Romero regresar a su esencia y alcanzar una rentabilidad más sostenible. Así, su utilidad neta rondaría los S/140 millones en el 4T25, con lo que revertiría la pérdida de S/108 millones del 4T24, de acuerdo con cálculos del analista *senior* de Research de Renta4 SAB, César Huiman. La compra de Jabonerías Wilson, por otro lado, habría impulsado un aumento consolidado de las ventas del 3.1% en el 4T25, según la analista de Kallpa SAB, Yamely Auccacusi.

Tras esas cifras auspiciosas, la compañía podría seguir persiguiendo oportunidades a nivel internacional para crecer de manera inorgánica. “Tanto la

compra de Unilever como Jabonerías Wilson buscan incrementar el *footprint* internacional, la exposición que puede tener la empresa por los mayores márgenes que pueden llegar a obtener tanto en Colombia como Ecuador. Es por eso que vemos que el objetivo es ir a estos mercados para mejorar márgenes y encontrar eficiencias”, sostiene el analista de Seminario SAB, Julio Vargas. Y los potenciales siguientes pasos apuntarían a lugares donde Alicorp tiene un conocimiento previo del mercado. “Podría ser concentrarse en Colombia, aunque todavía con pequeñas adquisiciones, ya que el único competidor grande es Nutresa. Alicorp podría pelear por una cuota de mercado ahí”, advierte Huiman.

Cualquier nueva adquisición, sin embargo, difícilmente sería inmediata. Ello debido a que la empresa debe comenzar a digerir sus últimas operaciones. “La compra de activos de Unilever es más grande que Jabonerías Wilson. No consideramos que exista espacio para nuevas adquisiciones en el corto plazo”, remarca el director de inversiones de InValor, Daniel Mérida.

Aunque el impacto de la adquisición del negocio de Unilever en los resultados de Alicorp recién se vería en el plazo de un año, las fuentes coinciden en que el *deal* es un paso coherente con la estrategia de reenfocarse en el segmento de consumo masivo. Mientras tanto, la compañía continúa ‘testando’ el mercado estadounidense con las exportaciones de sus cremas AlaCena, movimiento concretado durante el 3T25. “Todavía es temprano para afirmar que iniciarán alguna operación ahí, pero sí observamos que la compañía está aspirando hacia otras regiones”, anota Huiman.

SEMANAeconómica buscó la participación de Alicorp en este informe. La compañía del Grupo Romero indicó que no brindará mayor información hasta el cierre del *deal* con Unilever, que tiene pendiente la obtención de las autorizaciones regulatorias correspondientes. (SCT)

“Alicorp podría pelear una cuota de mercado en Colombia”

Crecimiento consolidado de ventas de Alicorp

En %



*Proyección

Fuente: Alicorp / Kallpa SAB

BIODERMA

LABORATOIRE DERMATOLOGIQUE

NUEVO

RECOMENDADO POR
DERMATÓLOGOS*

PHOTODERM XDEFENSE ULTRA-FLUIDO SPF50+

PARA **TODO** TIPO DE PIEL



1ER
PROTECTOR
SOLAR
FACIAL
DETOX**

**PROTEGE Y
DESINTOXICA**

**TOQUE ULTRA SECO
EFECTO MATE
INVISIBLE**

ENCUÉNTRALO EN:

Mifarma

Inkafarma

*IQVIA - SDM - Mercado farmacéutico en Francia - MAT Agosto 2024 - volumen. **Por BIODERMA. Precauciones: Protector solar, no usar en menores de 6 meses y evitar el contacto con los ojos. Evitar el contacto con la ropa. Adultos. Un exceso de sol es perjudicial para la salud. No permanecer demasiado tiempo al sol incluso con una protección solar. Aplicar uniforme y generosamente sobre el rostro y el cuello todos los días antes de la exposición al sol. Repetir la aplicación después de transpirar, nadar y secarse. NSOC37348-25CO. NAOS PERU S.A.C. | RUC 20525006728



ENTRETENIMIENTO

ROOFTOP EN RECUPERACIÓN

El 2026 se perfila como un año de recuperación para los *rooftops* de Lima. Los hoteles que operan estos formatos están apostando por tener una mejor oferta de entretenimiento y nuevas cartas para seguir atrayendo al público local.

Tras un 2025 que no cerró como los empresarios proyectaron, a raíz de un consumo cuyo desempeño fue más lento de lo esperado, el verano inició con fuerza. El índice de *Big Data* de Consumo de BBVA Research creció 18.3% respecto a enero del año pasado, impulsado por el retiro de los fondos previsionales de cierre de año. El aumento del consumo tuvo como correlato un incremento de visitas a los *rooftops* de la ciudad. "En enero, el crecimiento ha sido superior al 45%", resalta el jefe corporativo de Alimentos y Bebidas de Hoteles Costa del Sol, propietario de Saria Sky Bar, Julio Pons-Muzzo.

Para continuar aprovechando el verano y mantener el creciente número de visitas, los establecimientos están repotenciando sus ofertas de entretenimiento. Por ejemplo, su oferta hoy incluye días de música en vivo o eventos específicos, como el día del Pisco Sour. "Los jueves hemos colocado un DJ en vivo, que

mantendremos hasta abril. En la edición pasada llegamos a 51 personas, cifra que esperamos mantener las próximas semanas", cuenta la gerenta de *Marketing* del Hilton Lima Miraflores, Caroline Pando.

A sus cartas, además, les han sumado comida y cócteles de autor, lo que les permite alcanzar *tickets* promedio más altos. "Ya no es sólo vender una porción de tequeños a S/18; ahora tenemos platos que pueden llegar a los S/40 y los clientes los

pagan", sostiene Pons-Muzzo.

Eso no es todo: las remodelaciones también son un

"En enero el crecimiento [de ventas] ha sido superior al 45%"

elemento clave del negocio para mantener el atractivo del lugar. El *rooftop* '27 Tapas', operado por Aramburú Matriz, tiene una remodelación programada para mayo. "La de Celeste será para el próximo año", adelanta el gerente de la división de Hoteles de Aramburú Matriz, Juan Diego León. El Hilton también ha remodelado su *rooftop* hace unos meses.

El alentador inicio de año está marcando la pauta para los siguientes meses. Así, los empresarios apuntan a que las ventas de los *rooftops* crezcan en promedio 10%, incluso tomando en cuenta que el 2026 es año de elecciones generales. Parecen ser las primeras señales de un renovado *boom* por este formato. (ASU)

GASTRONOMÍA

"En noviembre tendremos el primer local en EE.UU."

Daniel Manrique, fundador y director de Segundo Muelle, revela los motivos que originaron el retraso de sus aperturas de EE.UU. y los nuevos destinos que la marca tiene en la mira. En el Perú, este año la prioridad será invertir en remodelaciones.

Segundo Muelle buscaba abrir cuatro restaurantes en EE.UU. el año pasado. ¿Se concretaron esas aperturas?

Se retrasaron un poco. Seguimos buscando un local porque lo que nos ofrecen son 500 m² para arriba y eso dispara la inversión, que puede llegar a ser dos o tres veces más que la de Perú. Lo que queremos son máximo 300 m². Creo que en noviembre ya tendremos el primer local de Segundo Muelle operando en Carolina del Norte y en el 2027 abriremos dos más.

¿Tienen planes para abrir en otros destinos?

Hemos contratado una consultora mexicana para que nos asesore. Ellos tienen mucha experiencia asesorando franquicias en Ciudad de México y también se encargan de conseguir operadores. Ya empezamos el proceso de buscar operadores allá para Segundo Muelle. Además, estamos viendo otros destinos, sobre todo donde las políticas económicas se presten más para la inversión. Por ejemplo, Chile y Argentina.

¿En el Perú también inaugurarán más locales?

En diciembre inauguramos un local en Miraflores. Por ahora no tenemos planes de abrir más, pero siempre estamos mirando oportunidades en lugares donde no estamos, como La Molina. Este año va a estar más enfocado en remodelaciones. Estamos remodelando el local de La Encalada y, en junio, el de Corpac.

¿Cuál fue el desempeño de sus marcas Cafeína y Aqua?

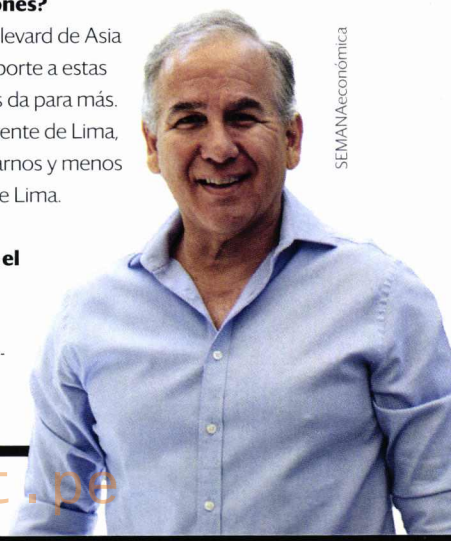
Cafeína ha crecido más del 15%. Hemos abierto un local en la playa durante este verano. Estamos evaluando abrir en San Isidro en junio o julio. Las concesiones también han funcionado excelentemente y este año sumamos una más: Kora, en Playa del Sol.

¿Tomarán otras concesiones?

No. Ahora el equipo del Boulevard de Asia de Segundo Muelle le da soporte a estas concesiones, pero ya no nos da para más. Tendríamos que traer más gente de Lima, pero no queremos complicarnos y menos complicar las operaciones de Lima.

¿Cómo proyectan cerrar el 2026?

El 2025 las ventas crecieron 8%. Este año estimamos crecer entre 10% y 12%. (ASU)



SEMANAeconómica

¿Y si transformamos al Perú?



María Cristina Alva,
Socia del área de Minería, Recursos Naturales
y Sostenibilidad de CMS Grau

Nuestros impuestos deben destinarse a cerrar las brechas del Perú y no a la ejecución de obras con nulo valor para la ciudadanía, como sucede hoy.

En el 2025, la economía formal aportó más de S/175,000 millones en impuestos para nuestro país. En teoría, estos impuestos deberían permitir que el Perú funcione y que sus brechas se reduzcan. El mundo, sin embargo, no es perfecto. Y la corrupción, la falta de capacidades técnicas y otras carencias resultan en la ejecución de diversas obras con poco o nulo valor para la población. El Perú crece, pero en su versión más mediocre.

En este contexto, el mecanismo de Obras por Impuestos (OxI) ha probado ser una alternativa para ejecutar obras públicas utilizando las capacidades del sector privado. Desde su creación, más de 1,000 proyectos en sectores como educación, salud, saneamiento y transporte han sido ejecutados, representando más de S/10,000 millones de inversión.

Hasta el momento, los proyectos ejecutados a través de OxI han impactado diversos sectores: Salud (21%), Educación (20%), Transporte (20%), Saneamiento (8%), Seguridad (8%), entre otros. Pero reducir de manera más significativa las brechas y visibilizar con hechos concretos la importancia de la formalidad sería transformador.

Dada la posición del Perú como uno de los principales exportadores de oro, plata, cobre, zinc y otros metales —y pese a la volatilidad de precios experimentada en los últimos días—, se espera que la recaudación incremente. En esa línea, la articulación y la estrategia conjunta de proyectos bajo el mecanismo de OxI ahora tiene más sentido que nunca.

Hoy, cerrar brechas en sectores como Salud y Educación nos tomaría más de una década. Pero una verdadera mirada común de desarrollo territorial podría llevarnos a alcanzar eso que actualmente parece solo una utopía. ■

INDUSTRIA

PROMESA PENDIENTE

El relanzamiento de ProInnovate —programa que permite concursar por fondos públicos para financiar proyectos de innovación y desarrollo tecnológico— será efectivo en la medida en que su nuevo diseño alcance a sectores desatendidos, simplifique la 'tramitología' y afine el acompañamiento de los beneficiarios de los fondos.

La semana pasada, el Ministerio de la Producción (Produce) anunció el relanzamiento del Programa Nacional de Desarrollo Tecnológico e Innovación, hoy llamado Programa Nacional de Innovación y Desarrollo Productivo (ProInnovate).

El programa ha acumulado experiencia en su acercamiento al tejido empresarial, pero aún tenía pendiente que su enfoque promueva la innovación en todos los eslabones de la cadena productiva de un sector. "El Perú no está en una etapa

científica de formulación de innovación, sino principalmente en la adopción de innovaciones y nuevas tecnologías para mejorar la productividad empresarial", señala el director institucional de la Sociedad Nacional de Industrias (SNI), Antonio Castillo.

Y, aunque ha tenido un alcance significativo, existen importantes focos de producción en regiones donde aún es necesario fortalecer su cobertura. Es el caso de la agroindustria norteña, en

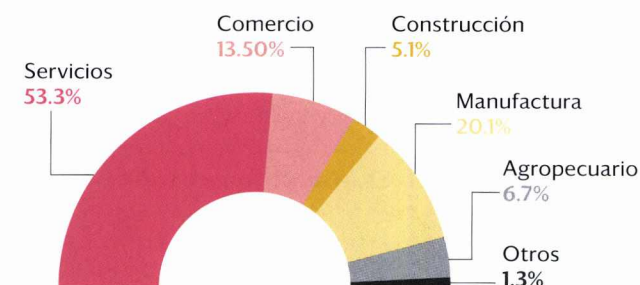
fuera de Lima será clave simplificar procesos y asegurar la continuidad de los instrumentos de seguimiento del financiamiento, dice el presidente del Gremio de la Pequeña Empresa de la Cámara de Comercio de Lima, Rodolfo Ojeda.

Otro punto a mejorar es incorporar acompañamiento técnico durante la ejecución de los fondos, más allá de la fiscalización del cumplimiento de hitos que ya ejecuta la entidad. "No existe un esquema de acompañamiento

"No existe un acompañamiento con mentores"

con mentores, como sí ocurre [en Chile] con la Corporación de Fomento de la Producción (Corfo), una de las organizaciones más exitosas de la región, que opera como una agencia de innovación independiente de un ministerio", recuerda la CEO de la *legaltech* NUO.LAT, Antonella Puntriano. (CCG)

Sectores financiados por ProInnovate (en %)



Fuente: Memoria Anual ProInnovate 2024

Las más importantes primicias empresariales y el mejor análisis del mercado para los tomadores de decisiones del Perú



Síguenos en:



Escanea el código QR y suscríbete



Capital levantado
US\$700,000

STARTUPS

En la mira Quempin

Tras casi una década de operaciones en Chile, la *startup* Quempin decidió ingresar al mercado peruano en 2025 para iniciar su proceso de expansión a otros mercados. Este año consolidará su operación local atendiendo a sectores como agroindustria y minería. (CCC)



Nicolás Becker,
CEO & Founder



Enzo Saavedra,
Gerente técnico

MODELO DE NEGOCIO

Quempin brinda soluciones energéticas en el ámbito térmico a través de tres líneas de negocio: ingeniería y montaje de hornos, calderas y quemadores; mantenimiento preventivo y correctivo de equipos térmicos como hornos y deshidratadores; y consultorías sobre diseño mecánico de hornos, estudios energéticos y uso de nuevos combustibles, como el hidrógeno verde. Algunos de sus clientes son Limagas y Citrosweet.

EXPANSIÓN

Inió operaciones en Perú en 2025, motivada por las oportunidades de negocio que ofrece la modernización y la transición energética hacia combustibles más limpios en nuevos sectores. Además de la industria del gas, hoy participa en la agroindustria, donde provee equipamiento y servicios energéticos para empresas ubicadas en Hualay y Chiclayo. Con ello, cerró 2025 con una facturación de US\$610,000, siendo aproximadamente un 20% de origen peruano.

Principales rondas de inversión

Fondo	País	Año	Monto
Start-Up Chile		2018-2019	50'000,000 (pesos chilenos)
World LPG Challenge by WLPGA		2020	10,000 (dólares)
Corporación de Fomento de la Producción (CORFO)		2017/2021/2024	254'500,000 (pesos chilenos)
Start-Up Perú - ProInnovate		2025	40,000 (dólares)

Fuente: Quempin

PLANES

Este año, Quempin apunta a ampliar su presencia en el Perú ingresando a Piura y ofreciendo servicios ligados al deshidratado de mango. También incursionará en el sector minero mediante soluciones de calefacción para campamentos, tras realizar trabajos de reconocimiento en Oyón, en Lima. Siguiendo su modelo de crecimiento en Chile, busca participar en Perú Compras para atender proyectos del sector público. Su meta es que Perú supere a Chile en facturación en los próximos dos años. Posteriormente, la empresa planea expandirse a Ecuador y Colombia.

“La IA nos permite resolver problemas que antes eran imposibles”



Jordan Morrow, dueño y fundador de Bodhi Data y VP senior de Transformación de Data e IA en AgileOn, reta a las empresas a adoptar la real transformación en la era de la inteligencia artificial. Morrow será Keynote speaker en la 8° Data & AI Summit 2026.

● Cuál es la real transformación en la era de la IA?

No se trata solo de integrar un nuevo software en procesos antiguos; sino que es un cambio fundamental en la creación de valor. Implica ir más allá de la simple automatización (hacer lo mismo más rápido) hacia la innovación aumentada, donde la IA nos permite resolver problemas que antes eran imposibles. La verdadera transformación ocurre cuando dejamos de preguntar: “¿Cómo puede la IA ahorrarnos dinero?” y empezamos a preguntarnos “¿Qué podemos lograr ahora lo que antes no podíamos?”.

¿Cómo se logra esta transformación en las empresas?

Una transformación eficaz requiere un enfoque basado en tres pilares: integridad de los datos, alfabetización cultural e integración estratégica. Las empresas deben depurar y unificar sus datos, ya que la IA solo es eficaz en la medida de que lo sea la información que utiliza. También deben invertir en la capacitación de su fuerza laboral para garantizar que los empleados se sientan “pilotos” de la tecnología y no víctimas de ella. Por último, el liderazgo debe identificar uno o dos casos de uso clave de alto impacto que se alineen con los objetivos empresariales fundamentales, en lugar de dispersar los

recursos entre todos los departamentos.

¿La mentalidad de los líderes ya está alineada con la transformación que exige la era de la IA?

Hoy observamos una importante brecha de alineación. Si bien la mayoría de los líderes tienen la ambición de transformarse, muchos aún se encuentran estancados en una mentalidad de productividad en lugar de una mentalidad de reinversión. Ven la IA como una forma de reducir un 10% sus costos, pero la verdadera transformación exige la voluntad de revolucionar el propio modelo de negocio antes de que lo haga la competencia. Alinearse con esta nueva realidad requiere pasar del miedo a cometer errores a una cultura de experimentación rápida, donde el liderazgo prioriza la agilidad a largo plazo sobre las ganancias incrementales a corto plazo.

¿Qué se necesita para alinear esta mentalidad empresarial?

Para superar esta brecha, los líderes deben pasar de ser supervisores pasivos a arquitectos activos del cambio. Esto requiere un cambio en tres áreas específicas: dominio de la IA, seguridad psicológica y reestructuración de incentivos. Los líderes no necesitan ser programadores, pero deben comprender

la naturaleza probabilística de la IA para realizar evaluaciones de riesgos informadas. Además, deben construir una cultura donde los empleados se sientan seguros para experimentar —y fracasar— sin ser penalizados. Finalmente, la alineación solo se materializa cuando cambian los KPI; si el liderazgo sigue premiando el crecimiento lineal tradicional, nunca alcanzará los saltos exponenciales que ofrece la transformación impulsada por la IA.

¿Cómo desarrollar el talento humano en la era de la IA?

Para fomentar el talento en esta era, las organizaciones deben dejar de ver a los empleados como “ejecutores de tareas” y empezar a verlos como “organizadores de resultados”. Esto se logra creando una cultura de curiosidad continua, donde el objetivo no sea solo aprender una herramienta específica, sino dominar el arte de la colaboración entre humanos e IA. Las empresas deben proporcionar un entorno de pruebas donde se anime a los empleados a automatizar los aspectos rutinarios de sus funciones para que puedan reasignar su energía cognitiva hacia actividades de alto valor, como la empatía estratégica, el juicio ético complejo y la resolución creativa de problemas, habilidades que la IA no puede replicar fácilmente. ■

Economía y Finanzas

RENTA FIJA

Buen augurio para la deuda soberana

La deuda soberana del Perú apunta a superar en rendimiento a otros países de la región este año, elevando aun más el apetito extranjero por los bonos.

El 2026 se perfila como otro buen año para los bonos soberanos peruanos. Hoy, se espera que su desempeño destaque respecto a otros países de la región, atrayendo a inversionistas locales y extranjeros que buscan retornos estables y, a la vez, atractivos. Una tendencia en la que hasta ahora el proceso electoral no apunta a hacer mella.

Al cierre de 2025, los soberanos peruanos ganaron en promedio 15%, un rendimiento que incluye la tasa cupón y la apreciación de capital, de acuerdo con el head de Renta Fija de Sura Investments, Eloá Aguirre. En este 2026, los retornos serían explicados sobre todo por tasas cupón que alcanzarían niveles de entre 6% y 7% en soles. Y también podría haber una apreciación del valor de los bonos por los recortes de las tasas de política monetaria, aunque más acotada respecto al año pasado y con más foco en los plazos de 10 años a más.

Dependiendo de cómo se muevan las tasas de interés, el retorno podría saltar incluso hasta 9%, según estima Melvin Escudero, CEO de El Dorado Asset Management. Y es que en el país se espera que el BCR rebaje su tasa de referencia al menos una vez este año, mientras que la Fed podría hacerlo una o dos veces. “Normalmente lo que pasa con las tasas de EE.UU. tiende a mover también la curva de bonos soberanos local”, recuerda Aguirre.

Hoy, la perspectiva de Sura, por ejemplo, es que la deuda del Perú sea mucho más atractiva que la del resto de países de Latinoamérica. Y los indicadores económicos respaldan esa expectativa.

Además de los buenos indicadores macro (deuda pública, déficit fiscal reducido en comparación con la región, inflación, crecimiento

Tenencia de bonos soberanos peruanos

En %, por tipo de inversionista



Fuente: Ministerio de Economía y Finanzas (MEF)

esperado del PBI de 3%), el país tiene el viento a favor de un contexto internacional favorable; el mejor en mucho tiempo. Todo esto abona a que el apetito de los inversionistas institucionales locales y de inversionistas extranjeros se mantenga al alza.

Este año los bonos soberanos peruanos podrían rendir entre 6% y 9%

Al cierre del 2025, el 43.8% del total de bonos estaba en manos de foráneos; entre ellos, bancos de inversión, fondos soberanos y de pensiones, y family offices. “[Ahora] los extranjeros podrían seguir incrementando

su exposición”, anticipa Aguirre. En el aspecto local, tienen participación los bancos (34.6%), las aseguradoras (8.8%) y las AFP (7.9%). “Los bonos soberanos son parte de la estructura del portafolio de las compañías de seguros, con un peso no menor”, remarca el gerente de Inversiones de Pacífico Seguros, Ricardo Santanera.

Por otra parte, la inversión de las personas en deuda soberana está empezando a ganar tracción a través de un ETF (ETFPESOV) que lista en la bolsa limeña y que ya tiene a 360 partícipes. “Su retorno no paga impuestos y supera al de otras alternativas en soles”, afirma Escudero. Sura, por ejemplo, cuenta con un fondo que invierte en esos bonos. (MAP)



"Nuestro escenario base considera consolidación fiscal"

Patricio Vimberg analista principal para Perú de S&P Global Ratings prevé un deterioro fiscal en el 2026 y advierte sobre la necesidad de reconstruir el ahorro público para mejorar la calificación crediticia.

¿Qué esperan ahora del panorama fiscal del Perú?

Observamos compromiso del gobierno para contener presiones de gasto. Sin embargo, algunas medidas del Congreso generan presiones inmediatas sobre el déficit y podrían provocar un deterioro puntual este año. Ha habido presiones y el sendero de consolidación es un poco más lento de lo que prevé el gobierno. Mayores presiones son un riesgo para la calificación. Pero, aunque haya desviaciones en el corto plazo, nuestro escenario base considera consolidación fiscal.

¿Qué explica que el Perú no tenga mejor calificación?

Hay un costo de oportunidad en cómo la incertidumbre política ha limitado el crecimiento. En ciclos favorables de *commodities*, Perú crecía a tasas más altas que las actuales. Hoy no es tan favorable. La mejora en la previsibilidad política permitiría mejorar la calificación crediticia.

¿Qué tan determinantes serán los primeros meses del próximo gobierno para la evaluación crediticia?

Serán importantes, al igual que el proceso electoral actual. Estaremos viendo, en los primeros meses, cuáles son las perspectivas fiscales y de deuda para los siguientes años y la reacción de los inversionistas ante los anuncios iniciales, teniendo en mente que nuestra visión en la calificación mira hacia los siguientes dos años. Si empeora la confianza de los inversionistas, podría haber impacto en la calificación.

¿Qué tan relevante es para la calificación el alineamiento entre el Congreso y el Ejecutivo en materia fiscal?

Es un factor importante. Habría mayor capacidad para conversar sobre medidas que puedan tener un impacto fiscal con el poder legislativo.

¿Cómo evalúan el deterioro del ahorro público en su análisis crediticio?

Este factor ha contribuido a la degradación crediticia durante los últimos años, en los que la calificación ha perdido dos escalones. Para mantener o mejorar la calificación será importante reconstruir *buffers* fiscales que permitan enfrentar choques externos o internos. (JTV)

Difusión

"La incertidumbre política ya está empezando a pesar"

Renzo Merino, vicepresidente del Grupo de Riesgo Soberano de Moody's, advierte preocupaciones sobre la trayectoria fiscal y estima que el clima electoral puede afectar la inversión en el primer semestre del año.

¿Con precios altos de minerales, no debería el Perú estar ahora mismo en superávit fiscal y no en déficit?

Teniendo en cuenta el contexto externo y las dinámicas favorables que vimos en cuanto a la estructura de crecimiento, la economía debería estar aprovechando esta oportunidad más. Antes el Perú se podía dar el lujo de tener superávits y ahorrar esos excedentes. Ahora, las circunstancias económicas, sociales y políticas son muy diferentes y por eso también hay gasto.

¿Qué tan viable es cumplir la regla de déficit de 1.8% para 2026 si existen presiones adicionales de gasto?

Un tipo de gasto que podría sacrificarse es la inversión en proyectos no prioritarios. Por otro lado, el Congreso tomó ciertas medidas que podrían elevarse al Tribunal Constitucional. Eso lo vamos a observar muy de cerca porque, si se mantienen estas leyes, podrían influir de manera importante en la trayectoria fiscal y de deuda. Eso complicaría la disciplina fiscal. Manejamos el déficit en 2%, pero el contexto global puede cambiar y también dependerá de cómo se contabilice el tema de los aviones [de la FAP] y lo del Congreso.

¿Cuáles son los principales riesgos macro para 2026?

El tema de la incertidumbre política ya ha empezado a pesar y el piloto automático ya no es suficiente. Nuestra expectativa es que por el tema electoral puede haber cierto nivel de incertidumbre que afecte la inversión en la primera mitad del año.

¿Los primeros meses del nuevo gobierno serán determinantes para la calificación?

Monitorearemos las propuestas de los candidatos y, cuando asuma el nuevo gobierno, estaremos interesados en conocer su plan fiscal y económico.

¿Qué señales del próximo gobierno podrían gatillar una revisión?

Si viéramos una mayor posibilidad de desvío en el manejo fiscal, nos preocuparía. Cambiamos la perspectiva a estable en 2024 tras el aumento del riesgo político, pero con reformas que ayudaron a estabilizar la calificación. Con las elecciones y el Congreso bicameral podremos ver cómo cambian esas dinámicas. (JTV)

Moody's

COMMODITIES

MÁS ALLÁ DE LA CORRECCIÓN

Incluso luego de la fuerte corrección de hace unos días, el oro y la plata mantienen fundamentos sólidos para sostener sus precios en niveles elevados. Y siguen siendo refugios atractivos para los inversionistas.

El 30 de enero, un día después de alcanzar máximos históricos, las cotizaciones de ambos metales preciosos cayeron drásticamente: 10.2% en el caso del oro y 26.4% en el caso de la plata. La corrección se produjo luego de que el presidente de EE.UU., Donald Trump anunciara a Kevin Warsh como su candidato para ponerse al frente de la Reserva Federal (Fed). La noticia fue, en general, bien recibida por el mercado. "Warsh

es visto como más *hawkish*, no bajaría tan rápido las tasas de interés", considera el gerente de Inversiones de Fondos Mutuos de Faro Capital, Rolando Luna Victoria. Aunque también acota que queda por verse cómo actuará si finalmente se queda con el cargo.

El anuncio de Trump gatilló una corrección que ya lucía inminente, en tanto el oro y la plata venían subiendo con fuerza, de acuerdo con el analista de

Inversiones de Kallpa SAB, Yordin Lozano. La caída de precios se mantuvo durante los días siguientes, pero, aun así, el oro acumula ganancias

de 11.4% en lo que va del año y la plata está 5.6% arriba.

La demanda por activos refugio responde al temor por los riesgos geopolíticos en diversas partes del mundo, el creciente déficit fiscal en EE.UU.

Los drivers de los precios altos del oro y la plata se mantienen

Evolución de los precios del oro y la plata en lo que va del año

En US\$ por oz



Fuente: Boletín de la BVL

y la debilidad global del dólar, como remarca el vicepresidente de *Research Renta Variable* de Credicorp Capital, Miguel Leyva. Ninguna de estas condiciones ha cambiado, por lo que los analistas, en general, consideran que los drivers que impulsan los precios altos se mantienen.

Hoy, las proyecciones son variadas. Credicorp Capital sitúa al oro este año en US\$4,400/oz, mientras que UBS lo ubica en US\$6,200. La plata genera más cautela, pues se considera

que tiene más riesgo de caída. Credicorp Capital, por ejemplo, prevé que su precio se acerque a los US\$62, por debajo del nivel actual de US\$76.5.

Aunque la volatilidad seguirá siendo un factor a monitorear, los precios actuales siguen siendo favorables para las mineras. "Los presupuestos siguen adelante, pues ya estaban con precios bastante más aterrizados, incluso que los vistos después de la caída", advierte Leandro García, CEO de Buenaventura. (MAP)



Andina

MICROFINANZAS

OPTIMISMO ESCOLAR

La campaña escolar ha empezado mejor de lo esperado para las entidades de microfinanzas, que ahora apuntan a lograr un crecimiento de doble dígito, en un contexto de mayor competencia, pero también de morosidad más controlada.

La campaña escolar marca el inicio del año comercial para miles de mypes. "Define su

capacidad para sostener *stock*, atender la mayor demanda y mantener la continuidad de sus negocios", resalta el gerente central de Negocios de Caja Arequipa, Luis Gallegos. **Este año, a diferencia de lo que apreció en campañas anteriores, las condiciones crediticias están siendo más flexibles para los emprendedores y la mirada de las microfinancieras es de optimismo generalizado.** "La campaña está súper dinámica, pensamos que en enero iba a ser 15% mejor que en 2025,

pero ha sido casi 20% mejor", adelanta Remo Roncagliolo, gerente de Negocios Red Gran Territorio Sur de Mibanco.

Caja Cusco estima que sus créditos en esta campaña crecerán entre 10% y 15%. "Enero está un poquito mejor de lo esperado y febrero será mucho mejor, se activarán los negocios de comercio", prevé su gerente central de Negocios, Walter Rojas. Por su parte, Caja Arequipa proyecta un avance de 14% respecto a 2025.

Las condiciones de los créditos lucen más blandas en esta ocasión. Son diferenciadas según el perfil del cliente, refiere Juan Valdivieso, gerente de negocios de Caja Piura. Así, los préstamos de trabajo a las mypes pueden ser de hasta 24 meses, incluyen períodos de gracia de

hasta 60 días y cronogramas de pagos semanales, bisemanales y mensuales.

En esta coyuntura de alta liquidez y menor morosidad, las tasas de interés pueden ser más bajas para los mejores clientes. "En promedio, las tasas de interés están entre 18% y 20%, y el año pasado estaban entre 20% y 22%", señala Rojas.

Además de Lima, otras regiones donde se observa dinamismo en esta campaña

escolar son Piura, Tumbes, Lambayeque y Cajamarca, comenta Valdivieso. Arequipa y La Libertad también son plazas relevantes,

añade Rojas. Asimismo, Mibanco destaca que la preparación de la fiesta de la Virgen de la Candelaria en Puno y de los carnavales en Cajamarca están sumando a la demanda de crédito de las mypes. (MAP)

Las tasas de interés para la campaña están entre 18% y 20%



2026
**8th DATA & AI
SUMMIT**

IA 2026: ROI vs. HYPE

DE LA PROMESA AL RETORNO:
DECISIONES DE NEGOCIO

17 DE MARZO

**DELFINES HOTEL
& CONVENTION CENTER**

 **SÉMINARIUM**

 **UTEC** Posgrado

KEYNOTE SPEAKERS

JORDAN MORROW



Owner and Founder, Bodhi Data /
Senior Vice President of Data and AI
Transformation, AgileOne

RAÚL KATZ



Presidente,
Telecom Advisory Services

NUESTROS SPEAKERS



ELENA ALFARO

Head of Global AI Adoption,
BBVA



CHACKA / JAIRO GARCIA

CHO - Chief Hacking Officer,
Kiggu



ALBERTO INDACOCHEA

Director General,
Salesforce Perú



DIEGO MACERA

Director, Instituto Peruano
de Economía



RAFAEL PLAZA

AI Ethics & Data Governance
Advisor / Country Manager,
Teradata



ALONSO RAZETTO

Socio y Office Manager, Lima,
McKinsey & Company



ANTENOR RIZO PATRON

Chief Data Officer,
Yape



DANIELA ROJAS

Directora Adjunta de Programas,
Eon Institute



PABLO SÁEZ

Head of Ibero-America Data
& Analytics, NTT DATA
Europe & Latam



JALIL SOTOMAYOR M.

COO, Pacífico Seguros /
CIO, Prima AFP

SPONSORS

 **HABITAT**
Afiliados a una vida mejor

 **buk** · Gestión de
Personas

 **Business IT**

 **Data
Science**
EXPERIMENT

 **experian**

 **Kiggu**
EXPERIMENT

 **salesforce**

MEDIA PARTNERS

 **CDO
LATAM**

 **Perú Retail**

PARTNERS ESTRATÉGICOS

 **COVER**

 **Sectoriales**

 **SEMMAcción**

**INSPIRAMOS · EDUCAMOS
CONECTAMOS · TRANSFORMAMOS**

PARA MÁS INFORMACIÓN: INFORMES@SEMINARIUM.PE • SEMINARIUM.PE



Martin Wolf

¿Qué le espera a la Reserva Federal de EE.UU. con Kevin Warsh?

El presunto próximo presidente de la Fed podría ser mejor que otros en la lista, pero es una figura confusa. Y, tal vez, confundida.

Si se confirma a Kevin Warsh como presidente de la Reserva Federal (Fed) de Estados Unidos (EE.UU.), ¿será él un halcón de la inflación o el títere del presidente Donald Trump? Sus repetidas declaraciones sobre la política monetaria y las obligaciones más amplias de la Fed sugieren lo primero. Sin embargo, sus más recientes declaraciones sobre las perspectivas de inflación y el hecho de que Trump lo haya elegido sugieren lo contrario. En términos más generales, ¿es un hombre de convicciones y criterio o una veleta que se deja llevar por el viento de los republicanos, que favorecen una política monetaria laxa cuando están en el poder y una política monetaria restrictiva cuando los demócratas tienen el control?

Las palabras de Warsh indican que él es un banquero central muy partidario del 'dinero duro', que prioriza la baja inflación y política monetaria conservadora por encima del crecimiento económico a corto plazo. Y cabe destacar que, en un discurso pronunciado en marzo de 2010 ante el Comité de Mercado Abierto en la Sombra (SOMC, por sus siglas en inglés) en Nueva York, cuando la economía estadounidense aún se encontraba sumida en las profundas secuelas recesivas de la crisis financiera de 2008, él ya había comenzado a preocuparse por la credibilidad de la Fed.

Allí, Warsh planteó cuatro puntos prin-

cipales. En primer lugar, que la independencia de la Fed solo se aplica a la política monetaria, no a "la política reguladora, a la protección del consumidor o a otras responsabilidades otorgadas a la Reserva Federal". Luego, que "la Fed, como primera instancia de respuesta, debe resistirse firmemente a la tentación de convertirse

Warsh podría estar demasiado dispuesto a defender lo que Trump quiera, aunque eso signifique aceptar una dominancia fiscal absoluta

en el salvador definitivo". También que "los Gobiernos pueden verse tentados a influir en el banco central para que mantenga una política monetaria más flexible durante más tiempo con el fin de financiar la deuda y estimular la actividad", pero "la única popularidad que los banqueros centrales deben buscar, si es que

buscan alguna, es la que se encuentra en los libros de historia". Y, por último, que "los bancos centrales, tanto aquí como en el extranjero, han trabajado durante décadas para reducir la inflación a niveles compatibles con la estabilidad de precios. No debemos poner en riesgo estos logros tan duramente conseguidos".

Intelectualmente, al menos, el Warsh de hoy parece el mismo que el de 2010. En su ponencia ante el Fondo Monetario Internacional (FMI), pronunciada en abril de 2025, él destacó no solo la "deriva institucional" de la Fed, sino también su reciente "incumplimiento de una parte esencial de su mandato legal: la estabilidad de precios". "También ha contribuido a una explosión del gasto federal. Y el desproporcionado papel y el bajo rendimiento de la Fed han debilitado el importante y valioso argumento a favor de la independencia de la política monetaria", agregó en dicho pronunciamiento.

Warsh hizo otras críticas, siendo la más contundente que "la Fed ha sido el comprador más importante de deuda del Tesoro estadounidense —y de otros pasivos respaldados por el Gobierno de EE.UU.— desde 2008". Él afirma que "los economistas consideraron durante mucho tiempo que la dominancia fiscal —en la que las deudas de la nación limitan a los responsables de la política monetaria— era un posible estado final". "Mi opinión

es que la dominancia monetaria —en la que el banco central se convierte en el árbitro definitivo de la política fiscal— es el peligro más claro e inminente”, agregó. Para Warsh, por lo tanto, el ‘dinero fácil’ representa el camino a la ruina.

Entonces, ¿qué ha persuadido a Trump —quien es la encarnación de la dominancia fiscal y ha estado reprendiendo al pobre Jerome Powell llamándolo “imbecil” por no bajar las tasas de interés más rápidamente— a nombrar a Warsh presidente, aparte quizás de su atractiva apariencia? Una razón podría ser que le gusta la hostilidad de Warsh hacia la extralimitación “progresista” de la Fed. Otra podría ser que le gusta su inclinación hacia la desregulación financiera o que Warsh sería una elección relativamente ortodoxa, cuyo nombramiento debería calmar a mercados nerviosos (como hasta ahora). Pero un punto crucial debe ser que Warsh ha llegado a la conveniente conclusión de que la inflación ya no representa una amenaza, debido al crecimiento de la productividad que impulsa la tecnología.

Puede que incluso eso sea cierto. Como señala Warsh, Alan Greenspan hizo una apuesta similar sobre el impacto del Internet en la década de 1990. Sin embargo, es un salto audaz para un hombre que temía la inflación en 2010, en medio de una profunda recesión. Si se saliera con la suya, él estaría sustituyendo la “dependencia de los datos” de la Fed con una corazonada. Dados los enormes déficits y deudas fiscales estadounidenses, así como el rápido crecimiento de su economía, sería una apuesta riesgosa.

¿Cómo podría repercutir, entonces, la elección de Warsh? Yo estoy de acuerdo con algunas de las críticas de Warsh a la Fed, en particular en lo que respecta a su desviación hacia áreas que no forman parte de sus principales funciones. También en que la inflación pospandémica en parte fue culpa suya: junto con otros bancos centrales, la Fed ni siquiera consideró que el aumento de la oferta



monetaria en 2020 pudiera provocar un aumento del nivel de precios.

Coincidió con Warsh, además, en que el marco de política monetaria retrospectivo introducido en 2020 fue un error conceptual y práctico (por no decir que fue increíblemente inoportuno). Y resulta reconfortante observar que la Fed es una institución que va mucho más allá de su presidente. Aunque su liderazgo es de extrema importancia, Warsh no podría imponérseles a los demás miembros del Comité Federal de Mercado Abierto (FOMC, por sus siglas en inglés); ni siquiera a su personal, al menos a corto plazo.

Pero persisten preocupaciones en dos frentes. El primero es que Warsh podría estar demasiado dispuesto a defender cualquier cosa que Trump quiera, aunque esto signifique aceptar una dominación fiscal absoluta. Y parece que pretende justificar esta postura compensando las tasas de interés más bajas a corto plazo con tasas más altas a largo plazo, a medida que se reduce drásticamente el

balance de la Fed. Al mismo tiempo, es probable que el Tesoro estadounidense se incline aun más hacia el financiamiento a corto plazo. Con una curva de rendimiento estadounidense de pendiente ascendente más pronunciada, el probable resultado sería una mayor demanda de financiamiento en dólares a corto plazo y una menor demanda a largo plazo. Sobre todo, dada la disminución de las reservas bancarias y la desregulación financiera, los balances del sector financiero se volverían más frágiles.

El incentivo para mantener el dólar también podría disminuir, a medida que bajan las tasas a corto plazo y aumenta el temor a la inflación. El resultado podría ser otra crisis financiera.

Sí, Warsh es un mejor candidato que muchos de los demás que figuran en la lista. Pero él es una figura confusa, y quizás confundida. EE.UU. y el mundo necesitan un presidente de la Fed que se enfrente a Trump. Powell ha demostrado ser ese hombre. ¿Lo será Warsh?

FT

TALENTO

La incipiente apuesta por la neurodiversidad

Algunos jugadores del mercado local empiezan a ajustar sus operaciones para incorporar talento neurodivergente. Pero el avance aún es lento y las barreras siguen siendo altas.

La agenda de inclusión en las empresas peruanas tiene todavía un gran pendiente en las personas neurodivergentes. Si bien algunas organizaciones empiezan a ensayar programas piloto para captar talento con estas características, el país todavía está lejos de una tendencia generalizada.

Más que una obligación legal, lo que impulsa a buscar talento neurodivergente es la búsqueda de ciertas habilidades en las que este colectivo puede destacar. Y es que, en estricto, la neurodivergencia solo se considera una discapacidad en los casos de autismo más severos. Como producto de ello, normalmente las cuotas obligatorias no entran a tallar y los procesos de incorporación van más lento.

Algunas empresas del mercado local, sin embargo, han avanzado en el diseño de políticas dirigidas a este grupo. Casaideas Perú, por ejemplo, incorpora a personas neurodivergentes en sus equipos de atención en tiendas medianas y grandes. Su gerente general, Licette Arrese, resalta que estos perfiles aportan cualidades como la concentración sostenida y la atención al detalle, y la constancia operativa. Su

integración requiere ajustes en el entorno laboral, lo que supone un reto de gestión y un esfuerzo adicional que no todas las organizaciones están dispuestas a asumir.

La neurodivergencia plantea retos como adaptarse a diferentes códigos de comunicación, formas de socialización y respuestas diferentes a estímulos sensoriales. “Es necesario un trabajo tanto con la empresa como con el colaborador para que ambos puedan ajustarse a las necesidades del otro”, remarca Ximena Rodríguez, fundadora de la consultora de inclusión laboral AddmeWork.

Hoy, la barrera más notoria para el talento neurodivergente está en los procesos de reclutamiento

Hoy, la barrera más notoria se encuentra en los procesos de reclutamiento. Encontrar talento neurodivergente para posiciones específicas —por ejemplo, en trabajos de programación o análisis de datos— es complejo si se recurre a los canales convencionales. Por eso, algunas empresas como BCP están realizando convocatorias diferenciadas. Es posible buscar

este talento en espacios como centros terapéuticos, de diagnóstico o grupos de capacitación.

Luego de la contratación, queda el reto para la empresa de adaptar el entorno. Al respecto, Paolo Tavera, director de operaciones de Trust Services, señala que las fricciones más frecuentes se dan en la comunicación diaria y en procesos poco definidos. Este tipo de situaciones pueden afectar el desempeño del trabajador, al margen de su capacidad real. Por eso, es importante dar claridad en los procesos.

La empresa de tecnología Baltrek es otra de las que ha apostado por este talento. Su gerente de proyectos en Perú, Javier López, señala que su proceso de *onboarding* incluye documentación clara, procesos definidos y acceso anticipado a herramientas. “No es dar un trato diferenciado, sino condiciones de trabajo que permitan el mejor desempeño de cualquier colaborador, independientemente de su perfil cognitivo”, advierte. (TOT) ■



Cultura y criterio: la base de toda estrategia



Jurgita Šarkovaitė
Directora de Neo Consulting

Aunque la IA pueda ser un acelerador, son la visión y la ejecución coherente las que definirán si el destino de su implementación es el éxito o la irrelevancia.

En 2024 planteé que vivimos un tránsito desde la economía del conocimiento hacia una economía de la asignación de recursos. Más de un año después, esa transición es cada vez más evidente: el conocimiento técnico dejó de ser un destino para convertirse en un punto de partida accesible para todos. Y el valor diferencial del ejecutivo ya no reside en saberlo todo, sino en el criterio para orquestar los recursos que la tecnología democratiza.

El contexto actual ejerce una presión asfixiante. Por un lado, la incertidumbre global y las tensiones externas nublan la visión; por otro, la aceleración tecnológica crea la sensación de estar siempre “detrás”, persiguiendo herramientas en lugar de resultados. Este ímpetu por la última innovación suele hacernos olvidar los fundamentos. La realidad es que la implementación de la inteligencia artificial (IA) sigue los ritmos de cualquier transformación

profunda: requiere paciencia, método y una ejecución cuidada.

Volver a lo básico significa entender que la tecnología es un multiplicador y que el factor que se multiplica es la cultura organizacional. Una visión que no nazca de los valores de la empresa, por más vanguardista que sea, difícilmente logrará una adopción genuina de los equipos. Y el éxito no se encuentra en lo que cambia cada semana, sino en lo permanente.

Como sugiere Jeff Bezos, la estrategia ganadora se construye sobre las preguntas correctas: ¿qué es lo que no va a cambiar en los próximos años? Una vez identificado ese núcleo, la estrategia se vuelve evidente. Y lo que sigue, aunque sea la parte menos ‘sexy’, es la más crítica: comunicación constante, ejecución disciplinada y coherencia interna.

La brecha entre el *hype* y el retorno de inversión se cierra en los procesos rutinarios y no con pirotecnia digital. La IA no sustituye la voluntad de un equipo alineado y la ventaja competitiva no reside en lo que la empresa sabe, sino en cómo decide y qué tan rápido se atreve a ejecutar su propia identidad. ■



**Diseño alegre
y funcional
para tu hogar.**

Casaideas®



Casaideas.com



ROUNDTABLE

CONFIANZA Y EMPRESAS

Una base para el desarrollo sostenible

11 FEBRERO



Con la participación de:



Carolina Trivelli

Investigadora
del IEP



Alissar Chaker

Representante Residente
del PNUD



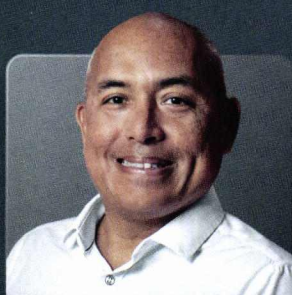
María Pía Palacios

Miembro del Consejo
de Administración de
Capitalismo Consciente



Percy Medina

Jefe de IDEA
Internacional



Jorge Arrunátegui

Gerente de Sostenibilidad
del BCP



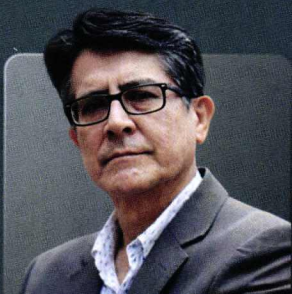
Rosa Asca

Presidenta
de L + I



Mariella Sánchez Guerra

Directora Ejecutiva
de Aquafondo



Rolando Luque

Consultor en temas
de conflictividad social



María Paula Távara

Docente de la Escuela
de Gobierno y Políticas
Públicas de la PUCP

INDECOPÍ

En busca de la competencia desleal

La agencia cerró 2025 con cifras récord de fiscalizaciones por competencia desleal y casos declarados fundados. Una llamativa tendencia que apunta a agudizarse en este 2026.

El Indecopi está afinando su ojo fiscalizador con el objetivo de encontrar más casos de competencia desleal en el mercado. Los procesos de fiscalización iniciados por la agencia agudizaron la tendencia creciente de periodos anteriores: aumentaron 79.5% durante 2025, mientras que los procedimientos declarados fundados se incrementaron en 226% (ver gráfico). Se trata de una línea de acción que, a juzgar por el plan anual de fiscalizaciones divulgado en noviembre pasado por la agencia, continuaría su senda creciente durante este 2026.

El notable salto de los indicadores en los últimos dos años fue antecedido por una estrategia que consistió en incentivar la identificación de actos de competencia desleal y, en particular, de publicidad engañosa —infracción incluida en ese tipo de casos— entre los diferentes agentes económicos. “El Indecopi puso énfasis en acciones de prevención y orientación, como la elaboración de guías y charlas informativas”, recuerda el asociado principal de Echecopar, Crosby Buleje. Si bien dicha estrategia ya había propiciado que los procesos de competencia desleal aumenten 65.7% en 2024, en 2025 las cifras alcanzaron su punto más alto.

El afán fiscalizador, además, vino acompañado

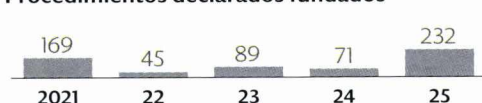
Las denuncias de competencia desleal declaradas fundadas por el Indecopi se elevaron en 226%

Indecopi: las fiscalizaciones y los casos declarados fundados han ido en aumento

Fiscalizaciones iniciadas



Procedimientos declarados fundados



Fuente: Indecopi



Andina

por una mayor celeridad para resolver los expedientes, como deja en evidencia el aumento de los casos declarados fundados. Durante el 2025, la agencia optimizó la capacidad operativa de la Comisión de Fiscalización de Competencia Desleal, encargada de resolver los casos. El organismo funcionó con su cuadro de vocales completo, en contraste con periodos previos. Y las sesiones mensuales subieron de cuatro a cinco para agilizar el trámite de expedientes acumulados, según Rossana Bautista, funcionaria de la Dirección de Fiscalización de la Competencia Desleal del Indecopi.

Durante este 2026, la agencia seguirá concentrada en hallar más casos de competencia desleal. Prueba de ello es que la meta del Plan Anual de Fiscalización de la entidad pasó de 574 intervenciones a 596. La prioridad se mantendrá en aquellos sectores donde se registró una mayor incidencia de sanciones el año pasado: salud humana, educación y construcción.

El rol de las asociaciones de consumidores también será clave. La agencia ha abaratado los costos para presentar una denuncia. En 2025, Indecopi redujo la tasa por infracción al principio de legalidad —un acto catalogado como competencia desleal—, que pasó de S/1,415 a apenas S/108. Con ello, las denuncias de dichas asociaciones pasaron de 10 a 25. “En conjunto, estos ajustes refuerzan una misma lectura sobre la evolución del rol fiscalizador de la entidad”, finaliza el socio del Estudio Muñiz, Alex Sosa. (TOT)

LABORAL

PASE DIRECTO A SUNAFIL

Las empresas estarán más expuestas a denuncias o demandas laborales. El Tribunal de Fiscalización Laboral (TFL) de la Sunafil acaba de emitir una serie de resoluciones que reducen las barreras para que los trabajadores puedan denunciar directamente los casos de hostilidad laboral ante la superintendencia.

En los últimos dos años, el TFL emitió cuatro fallos que empoderan a los trabajadores que denuncian hostilidad laboral, es decir, actos que afectan la dignidad del trabajador, como la reducción unilateral de su salario o su traslado geográfico injustificado. Aunque la

La Sunafil permite que los empleados denuncien actos de hostilidad ante ellos.

ley establece que el primer paso debería ser la presentación de una queja al área de recursos humanos de la empresa para solicitar el cese del hostigamiento, la Sunafil ahora permite que estos reclamos puedan formularse directamente ante ella. “La norma exige que cuando hay un acto de hostilidad un trabajador debe solicitar el cese [del acto], dándole el plazo de seis días hábiles al empleador para dar respuesta”, explica el socio de Damma Legal Advisors, Diego Palacios.

La posición planteada por la Sunafil es que debe primar la dignidad del trabajador y que, por lo tanto, tiene el derecho de plantear la queja en una instancia distinta a la del trabajo, donde es vulnerable.

Ello podría generar mayores costos, dado que las empresas

Resoluciones de Sunafil sobre la hostilidad laboral Empresa sancionada (año)

Ferreiros SA
(2024)

Tecnológica de Alimentos
(2024)

Electro Sur Este
(2025)

San Martín Contratistas Generales
(2025)

El trabajador puede denunciar actos de hostilidad ante Sunafil sin pasar por el proceso interno.

El inspector debe acreditar las faltas administrativas en los actos de hostilidad.

Se debe inspeccionar a la empresa contratista y a la principal en casos de hostilidad laboral contra personal tercerizado.

Se vulnera la dignidad del trabajador cuando no se le asigna una ocupación efectiva dentro de la empresa.

Fuente: Sunafil

más pequeñas que no cuenten con un abogado interno deberán contratar asesoría legal para ver estos casos ante la Sunafil. “Indirectamente se está llevando a las empresas a pagar abogados por un periodo de tiempo, que puede extenderse a varios meses”, asegura el socio de Payet, Rey, Cauvi, Pérez Abogados, Brian Ávalos.

Tras la denuncia, la Sunafil puede emitir actas de infracción por la confirmación de un acto de hostilidad. Este es el paso

previo a la multa y se le otorga a la empresa un plazo para que cese el daño. En este punto, los trabajadores pueden aprovechar el acta para elevar una demanda al Poder Judicial antes de que culmine la intervención de la autoridad, advierte la asociada principal de Philippi Prietocarri-zosa Ferrero DU & Uría, Silvia Rebaza. “Un trabajador eventualmente podría usar las actas de infracción como prueba para abrir un caso por daños y perjuicios”, agrega. (JM)

COMPETENCIA

Un nuevo estándar antidumping



Jesús Espinoza,
Socio del Estudio Muñiz y ex director
de Libre Competencia del Indecopi

El Tribunal del Indecopi nos acaba de recordar, con acierto, que las medidas antidumping deben ser la excepción y no la regla.

La Organización Mundial del Comercio reconoce el derecho de los países a aplicar recargos a las importaciones, si se comprueba la existencia de prácticas de *dumping* que causen daño a su industria local. Prácticas que suponen que un producto se está exportando a un precio inferior al de venta en su país de producción; por ejemplo, que una firma extranjera venda llantas de camión en su mercado interno a US\$130 por unidad, pero las exporte al Perú a US\$100.

Como regla general, los procedimientos *antidumping* inician a solicitud de la industria nacional afectada, que es la mejor posicionada para acreditar el impacto negativo de las importaciones. Sin embargo, las normas también permiten que la autoridad los inicie de oficio, únicamente en “circunstancias especiales”. Estas se dan

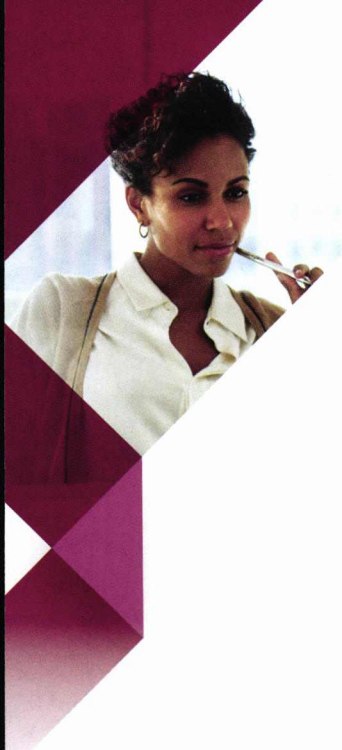
cuando la industria nacional está desorganizada o atomizada, cuando existe un interés nacional o en situaciones análogas.

En 2023, la Comisión de *Dumping* del Indecopi inició de oficio un procedimiento contra las importaciones de zapatillas con la parte superior de material textil proveniente de China, que acabó en 2024 con la imposición de recargos a esos productos. Decisión que acaba de ser revocada recientemente por el Tribunal del Indecopi, al concluir que la Comisión no acreditó las “circunstancias especiales”; en particular, el interés nacional y la relevancia económica del sector.

Quedó en evidencia que la Comisión no tenía información precisa sobre la relevancia económica de la industria a proteger. Los datos disponibles no eran del segmento, sino del sector calzado o de zapatillas en general, que incluso en términos agregados mostraban una participación exigua sobre la producción total de calzado y una contribución reducida tanto al PBI manufacturero como al PBI global.

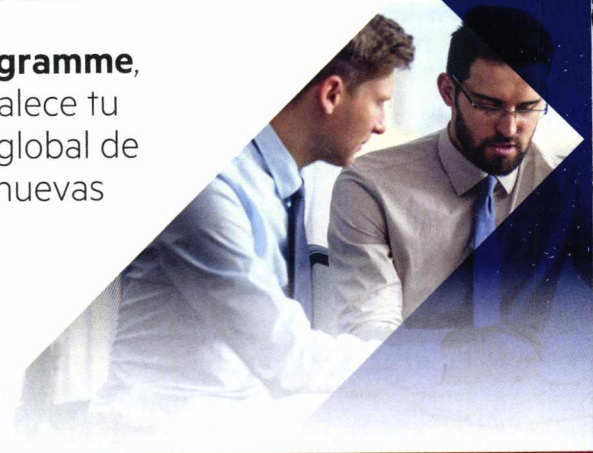
Así, el reciente fallo acaba de fijar un estándar claro: los procedimientos de oficio deben sustentarse en una justificación económica sólida y verificable. Invocar “circunstancias especiales” o de interés nacional de la industria ya no basta. Una decisión saludable, que limita la discrecionalidad y reafirma el carácter excepcional de las medidas *antidumping*.

*El Estudio Muñiz representó a un importador del producto investigado en este proceso.



LLEVA TU EXPERIENCIA DE GOBIERNO CORPORATIVO AL SIGUIENTE NIVEL

Con el **FT Board Director Programme**, obtén formación integral, fortalece tu criterio y conecta con una red global de expertos y alumni que abre nuevas oportunidades.



FT NON-EXECUTIVE DIRECTOR DIPLOMA COHORT 68

18 DE FEBRERO
LONDRES · PRESENCIAL

Financial Times Non-Executive Director Diploma es la acreditación de nivel posgrado del Financial Times, creada para líderes que buscan ampliar su impacto estratégico y su influencia en la sala de juntas. Forma parte de los directorios más influyentes y potencia tu perfil directivo con una certificación internacionalmente reconocida.

A lo largo de 6 meses, este programa —con una metodología práctica y acceso a expertos globales— prepara a los participantes para aportar criterio independiente, capacidad de supervisión y una visión estratégica alineada con las mejores prácticas internacionales.



THE EFFECTIVE NON-EXECUTIVE DIRECTOR PROGRAMME

17 / 18 DE MARZO
LONDRES · PRESENCIAL

The Effective NED Programme es un curso intensivo de dos días diseñado para directores no ejecutivos en ejercicio que desean seguir desarrollando sus habilidades, así como para personas que acaban de asumir su primer rol como director no ejecutivo y buscan prepararse para una carrera en posiciones no ejecutivas.

Se trata de un curso práctico, detallado y altamente interactivo, con ponentes y líderes de pensamiento reconocidos, que te ayudarán a mejorar la efectividad del directorio y a incrementar tu aporte en la toma de decisiones a nivel de consejo.



FT BOARD DIRECTOR PROGRAMME

29
ABR.

**FT NON-EXECUTIVE
DIRECTOR DIPLOMA**
COHORT 69

VIRTUAL

19
MAY.

**SO YOU WANT TO BE
A NON-EXECUTIVE
DIRECTOR PROGRAMME**

VIRTUAL WORKSHOP

9/10
JUN.

**THE EFFECTIVE
NON-EXECUTIVE
DIRECTOR PROGRAMME**

LONDRES | PRESENCIAL

30
JUN.

**FT NON-EXECUTIVE
DIRECTOR DIPLOMA**
COHORT 70

LONDRES | PRESENCIAL

7/8
OCT.

**FT NON-EXECUTIVE
DIRECTOR DIPLOMA**
COHORT 71

LONDRES | PRESENCIAL

29
SEP.

**THE EFFECTIVE
NON-EXECUTIVE
DIRECTOR PROGRAMME**

LONDRES | PRESENCIAL

3
NOV.

**SO YOU WANT TO BE
A NON-EXECUTIVE
DIRECTOR PROGRAMME**

VIRTUAL WORKSHOP

25
NOV.

**FT NON-EXECUTIVE
DIRECTOR DIPLOMA**
COHORT 72

VIRTUAL

SEMANAeconómica

ESPECIAL

AUTOS ELECTRIFICADOS

- Las apuestas y los modelos llamados a mover el 2026
- El avance de la electrificación de las flotas corporativas
- Los pendientes del segmento electrificado en el país
- La clave del financiamiento vehicular verde

Contacto comercial: publicidad@se.pe



Cierre de publicidad:
18 de febrero

Fecha de publicación:
22 de febrero

Revistas.PeruRadio.net.pe